



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة  
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية والتجارية



المرجع : ...../2021

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

فرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

## مذكرة بعنوان:

# دور نماذج الأعمال الرقمية في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت – دراسة حالة (Women stay home) كتطبيق مقترح

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (ل.م.د.)  
تخصص " إدارة أعمال "

تحت إشراف:

مرزوقي ياسر

إعداد الطلبة:

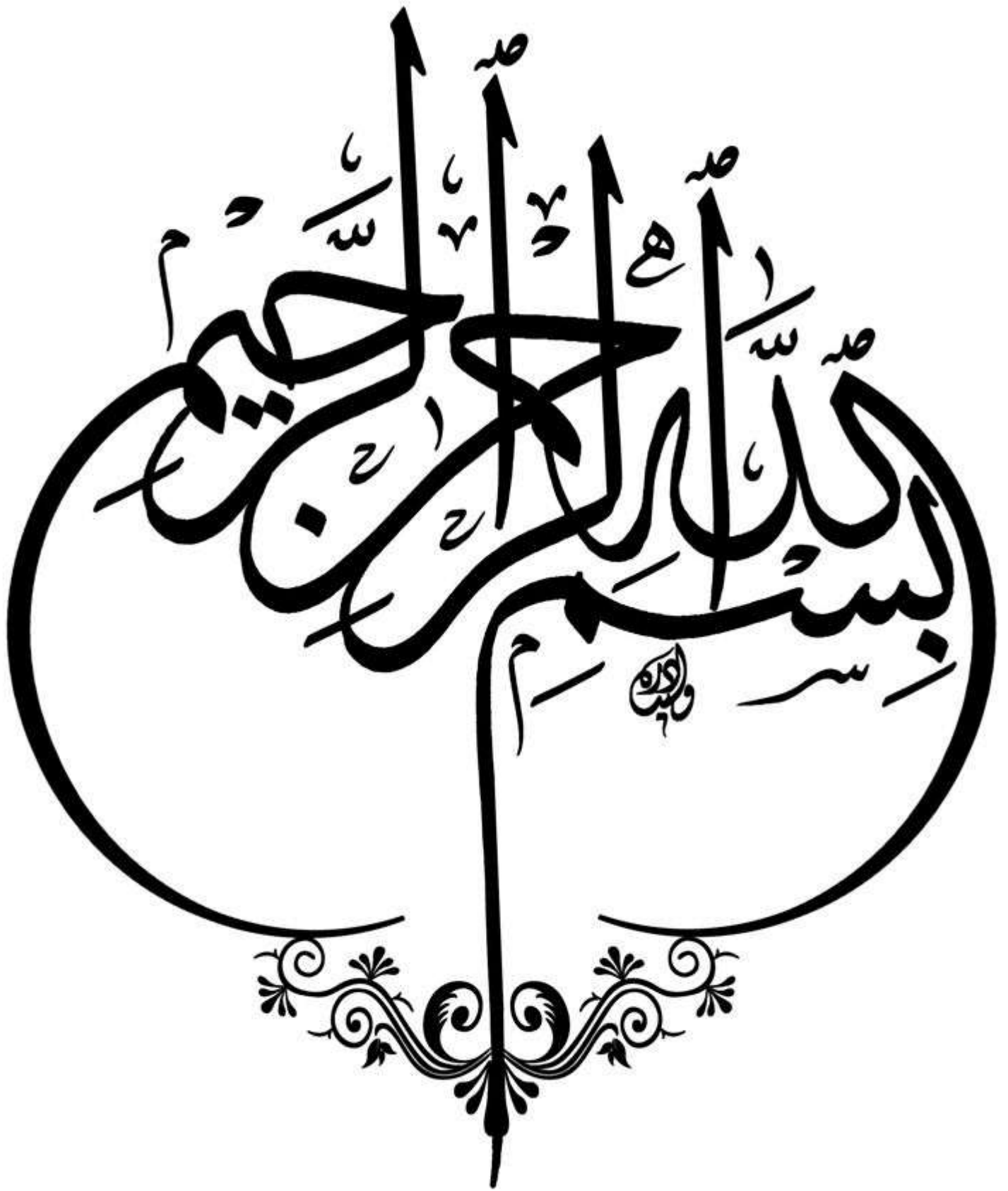
- شحدان إيمان

- مريخي أسماء

### لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	د. طارق بلحاج
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	د. ميلود برني
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	د. ياسر مرزوقي

السنة الجامعية 2021/2020



# شكر وتقدير

نشكر الله عز وجل الذي أمدنا بالقوة والصبر لإتمام هذا العمل كما نتوجه بجزيل الشكر والامتنان وخالص التقدير والاحترام إلى أستاذنا "مرزوقي ياسر" الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة بدون ان يبخل علينا بالتوجيهات والنصائح القيمة التي يطلبها البحث في انجاز هذا العمل  
نشكره على تعبهِ معنا وحسن المعاملة.  
كما لا يفوتنا أن نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في انجاز هذه المذكرة.

# إهداء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله  
وإلى كل أفراد أسرتي  
إلى كل الاصدقاء، ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي  
أثناء دراستي الجامعية  
وإلى كل من لم يدخر جهدا في مساعدتي  
وإلى كل من ساهم في تلقيني ولو حرفا  
في حياتي الدراسية.

أسماء

# إهداء

الحمد لله الذي هدانا وما كنا لنهتدي لولا أن الله هدانا

إلى العزيز أبي والحنون أمي وزوجي حفظهم الله

إلى من حاولت الطيران دونهم مرارا فأسقط

لأكتشف أن الأخوة أجنحة.

إلى هشام ياسين ميرا وحنان وفقهم الله وحفظهم

إلى كل الأصدقاء والزملاء الذين ساندوني ولو

بكلمة طيبة

وفقهم الله

والحمد لله المستعان والموفق في كل الأحوال

إيمان

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز وتحديد دور نماذج الأعمال الرقمية في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت وهذا من خلال مشروع تطبيق **Women Stay Home** القائم على فرز النفايات المنزلية بالاعتماد بالدرجة الأولى على المرأة الماكثة بالبيت باعتباره يمثل حلقة اتصال بين مختلف المتفاعلين في هذه العملية ويهدف هذا التطبيق لتحقيق مجموعة أهداف أهمها ما يعرف بالتنمية المستدامة تحت ظل الأعمال الرقمية. حيث من خلال تصميمنا لهذا التطبيق توصلنا إلى كون نماذج الأعمال الرقمية وسيلة فعالة لخلق القيمة بمختلف أشكالها، واستخدمنا خلال هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

## الكلمات المفتاحية:

خلق القيمة، فرز، المرأة الماكثة بالبيت، نماذج الأعمال الرقمية، التنمية.

## Summary:

This study aims to highlight and determine the role of digital business models in creating value for women staying at home, through Women Stay Home application project, which is based on sorting household waste, relying primarily on the women staying at home, as it represents a link between the various interacting in this process. This application aims to achieve a set of goals, the most important of which is what is known as sustainable development under the shadow of digital business. Through our designing of this application, we concluded that digital business models are an effective means of creating value in its different forms.

## Key words:

Value creation, screening, women stay home, digital business models, development.

# فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	شكر وتقدير
II	الإهداء
V	فهرس المحتويات
IX	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
2	مقدمة
3	الإشكالية
3	الفرضيات
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	أسباب اختيار موضوع الدراسة
4	منهج الدراسة
4	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للنماذج الأعمال ونماذج الأعمال الرقمية	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للنماذج الأعمال
8	أولاً: مفهوم وأهمية نماذج الأعمال
8	1- مفهوم نموذج العمل
9	2- أهمية نماذج الأعمال
10	ثانياً: أهداف ودور نماذج العمال



10	1- أهداف نموذج العمل
11	2- دور نموذج العمل
12	ثالثا: مخطط نموذج العمل
12	1- أحجار البناء التسعة
14	2- مخطط نموذج العمل التجاري
16	رابعاً: تصنيفات نماذج الأعمال والفرق بينها وبين خطة العمل ودراسة الجدوى
16	1- الفرق بين نموذج العمل وخطة العمل ودراسة الجدوى
16	2- تصنيفات نماذج الأعمال
20	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للنماذج الأعمال الرقمية
20	أولاً: مفهوم نماذج الأعمال الرقمية
21	ثانياً: أهمية وركائز نماذج الأعمال الرقمية ومحركاتها والتحديات التي تواجهها
21	1- أهمية نماذج الأعمال الرقمية
22	2- الركائز الداعمة للأعمال الرقمية الناجحة
22	3- تحديات ومحركات نماذج الأعمال الرقمية
24	ثالثاً: منهجية تصميم نموذج العمل الرقمي وآليات تطويره
24	1- منهجية تصميم نموذج العمل الرقمي
26	2- نماذج أعمال رقمية قابلة للتطوير
27	رابعاً: مكونات وأنواع نماذج الأعمال الرقمية
27	1- مكونات نماذج الأعمال الرقمية
28	2- أنواع نماذج الأعمال الرقمية
42	خامساً: أبعاد القيمة والممكنات الرقمية لنماذج الأعمال الرقمية
42	1- أبعاد القيمة
44	2- مستويات المهارات الرقمية

46	3- الممکنات الرقمية الأربعة
49	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: مشروع تطبيق WOMEN STAY HOME	
50	تمهيد
51	المبحث الأول: الإطار التصوري للتطبيق
51	أولاً: تعريف التطبيق
52	ثانياً: أهداف التطبيق
53	ثالثاً: تحليل أصحاب المصلحة
55	المبحث الثاني: الإطار العملي للتطبيق
61	أولاً: تصميم التطبيق
61	ثانياً: تنفيذ الخدمة
65	ثالثاً: توزيع المستحقات المالية
67	خاتمة الفصل
70	خاتمة عامة
72	قائمة المصادر والمراجع

فهرس  
الجداول و الأشكال

## فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
09	يوضح أبرز التعاريف لنموذج العمل.	01
15	اشرح نموذج العمل التجاري.	02
17	تصنيف نماذج الاعمال وفقاً ل Lynda. M. Applegate	03
18	تصنيفات نماذج الاعمال وفقاً ل C. Baden-Fuller و v. Managemantion	04
19	أبرز التصنيفات	05
25	العناصر الأساسية لنموذج العمل الرقمي	06

## فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
15	نموذج العمل التجاري.	01
26	مصادر وآليات نماذج أعمال رقمية قابلة للتطوير	02
27	مكونات نموذج العمل الرقمي.	03
29	مفتوح المصدر.	04
30	نموذج أعمال Mozilla	05
32	نموذج أعمال Google	06
33	نموذج عمل فريميوم.	07
34	نموذج عمل Spotify.	08
35	نموذج الاشتراك.	09
36	نموذج عمل Uber	10
37	آلية التسعير.	11
38	نموذج HyreCar.	12
39	نموذج عمل Amazon	13
40	إيرادات Google 2017.	14
41	متوسط إيرادات نموذج أعمال Facebook	15
43	الإطار التحليلي: خلق القيمة واستحواذها في نماذج الأعمال الرقمية.	16
45	طيف المهارات الرقمية.	17
53	مخطط أصحاب المصلحة.	18
55	الواجهة 1.	19
56	الواجهة 2.	20
57	واجهات تسجيل الدخول للحساب.	21
58	واجهات الاشتراك.	22
61	واجهة المزيد حول التطبيق.	23

61	واجهة الاختيار والارسال.	24
63	واجهة القبول والتوجه نحو العنوان.	25
63	واجهة الاستلام.	26
64	واجهة التوصيل والتأكيد.	27
65	واجهة التأكيد والتقييم.	28
66	واجهة توزيع المستحقات المالية.	29

# الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

في ظل تغلغل الرقمنة في العصر الحالي خاصة في السنوات العشرين الماضية، واستمرارها في النمو بشكل متزايد نحو التشابك مع الحياة اليومية واستخدام الشركات التقنيات التكنولوجية لخفض التكاليف وجمع البيانات وتوفير تجارب أفضل للعملاء وتركيزها على المزايا التنافسية التي تكتسبها من خلال التكنولوجيا ، سواء كان ذلك يقلل من النفقات العامة أو توفير قيمة جديدة لعملائها وتطور مفهوم التنمية من مفهوم قائم على المؤسسات العملاقة ذات الإدارة التقليدية والتخطيط المركزي إلى مفهوم آخر يعتمد على الإبداع والابتكار الذي يقوم به الفرد سواء بصفة فردية أو جماعية وهو ما يعرف بالأعمال الرقمية ويتمثل الدور الذي تقوم به هذه الفئة باعتبارهم أصحاب أفكار إبداعية ابتكارية خلق أفكار جديدة وفقا لاحتياجات المجتمع وتحويلها إلى نماذج أعمال رقمية كون هذه الأخيرة تنشئ سلسلة قيم جديدة وفرص أعمال فريدة لا تستطيع الشركات التقليدية تقديمها حيث تركز نماذج الأعمال الرقمية على خلق قيمة جديدة لأعمالها الأساسية وتستخدم التكنولوجيا لدفع عجلة النمو وتحقيق الإيرادات بطرق لا يمكن للأعمال التقليدية أن تقوم بها، وتلعب الآن نماذج الأعمال الرقمية بعد بروزها دورا كبيرا خاصة وأن عدد التطبيقات الخاصة بالهواتف المحمولة تجاوزت الآلاف حتى ظهر مثل يقول فكر في أي شيء وهناك تطبيق لذلك، وفي حين أصبحت المرأة عنصرا فعالا خارج الإطار التقليدي المعروفة به خاصة بعد دخولها عالم الأعمال إلا أن هناك عدد أقل من التطبيقات الخاصة بالنساء، تحاول حاليا المؤسسات في ظل هذا التطور التكنولوجي الكبير إيجاد تطبيقات تجعل حياتها أسهل، خاصة ربة البيت أو المرأة الماكثة بالبيت إذ أن تمكين هذه الشريحة في حد ذاته يساهم في ترقية الإنتاج الوطني والاستدامة إذ تمثل قيمة جوهرية ووسيلة أساسية للتكوين مجتمع متناعم ونتائج إنمائية فعالة.



الإشكالية:

ما مدى فعالية نموذج الأعمال الرقمي في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت؟

ومن هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو الإطار المفاهيمي للنماذج الأعمال ونماذج الأعمال الرقمية؟
- ما هو دور نموذج العمل الرقمي في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت؟
- كيف تؤثر فاعلية نموذج العمل الرقمي على التنمية المستدامة؟

الفرضيات:

- يساهم نموذج العمل الرقمي إيجابيا في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت.

أهمية الدراسة:

لقد تطور شكل منظمات الأعمال والمشاريع في عصر الرقمنة حيث بدأت تظهر ما يعرف بالأعمال الرقمية ونماذج الأعمال الرقمية، وهي تأسيس أعمال أو تحويل أعمال أو تحويل أعمال قائمة بإنشاء واستخدام تقنيات رقمية جديدة والاستفادة منها في تقديم السلع والخدمات والتعليم والتدريب والصحة والتجارة وغيرها، وفي ظل أزمة البطالة التي نعاني منها الحكومات أصبحت تشجع الشركات وخاصة الناشئة منها في سلك مسار الرقمنة لما لها من قدرة على تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال خلق مناصب العمل ومن جهة أخرى تشجيع وتحفيز المرأة الماكثة بالبيت على الانخراط في مسار الإنتاج الوطني ففكرة بسيطة أو عمل يومي بسيط تقوم به المرأة الماكثة بالبيت حيلة إبداعية أو ابتكارية بسيطة قادرة على خلق فجوة كبيرة في الاقتصاد وخلق القيمة وهنا تظهر أهمية نماذج الأعمال الرقمية والدراسات الجيدة لها باعتبارها أداة فعالة فهذه الدراسة يمكنها أن تشكل مدخلا الكثير من الباحثين في هذا المجال البحث في الدور الفعال الذي تلعبه نماذج الأعمال الرقمية في خلق القيمة.

## أهداف الدراسة:

- التطرق لمختلف النقاط الأساسية المتعلقة بنماذج الأعمال ونماذج الأعمال الرقمية؛
- الربط بين نموذج العمل الرقمي والمرأة الماكثة بالبيت كمتفاعلين في خلق القيمة بمختلف أشكالها؛
- المساهمة في سد النقص الموجود بهذه الدراسة باللغة العربية.

## أسباب اختيار موضوع الدراسة:

- الحاجة إلى توسيع مساهمة ربات البيوت في التنمية بمختلف أبعادها؛
- تأثير نماذج الأعمال الرقمية في المجتمع ومحاولة الاستفادة من مزاياها؛
- محاولة إعطاء قيمة معرفية جديدة إذ أن هذه الدراسة هي الأولى من نوعها عربيا؛
- الميل الشخصية والرغبة في الانفراد بدراسة مختلفة.

## منهج الدراسة:

قمنا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الوصفي ويشمل هذا:

- المسح المكتبي وذلك من خلال الاستعانة بالبحوث والدراسات والكتب المتوفرة في مجال الدراسة وذلك من أجل التأكد من المصداقية وتجنب المعلومات الخاطئة؛
- اعتمدنا في دراستنا على استشراف المستقبل من خلال محاولة إعطاء توقعات التأثير تطبيق Woman stay home في خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت.

## الدراسات السابقة:

بما أن موضوع نماذج الأعمال الرقمية من المواضيع الحديثة نظرا للتطور التكنولوجي واتجاه الاقتصاديات نحو الرقمنة، كان لابد من تسليط الضوء عليها ولكن لا توجد أي دراسات عربية كافية حولها مما يزيد أهمية عملنا، وقد أدرجنا في هذه المذكرة دراسات لأجانب حول الموضوع بهدف إعطاء نظرة شاملة حوله.

- دراسة غزال مريم، اطروحة للنيل شهادة الدكتوراه، فعالية نموذج الأعمال في سياق إنشاء المؤسسات:

تطرقت الباحثة إلى وضع إطار مفاهيمي حول نموذج العمل وقد سلطت الضوء على مختلف المفاهيم والادبيات الخاصة بنموذج العمل وقفت على دور نموذج العمل كفاعل لخلق القيمة.

- Annabet Aagard Editor, Digital Business Models

وضح الباحث من خلاله مفهوم وأطر نماذج الأعمال الرقمية كما ركز على الأنترنت بصفته محرك الابتكار نموذج الأعمال الرقمية كما وضع المراحل الأساسية للابتكار نموذج العمل الرقمي.

**:Michael Blasckhe Marco Cigaina, Designing Business models -**

تناول الباحثين في دراستهم نهج هيكلي بتصميم نموذج العمل الرقمي ومختلف العناصر الرقمية ومحركات القيمة الرقمية كما وضحا منهجية تصميم نموذج الأعمال الرقمية.

**:Berand,W,witz, Digital Business Model -**

تناول صاحب هذه الدراسة تطوير الأعمال الرقمية وفحوى التنمية الرقمية إضافة إلى شرح مفصل لمحتوى نماذج الأعمال الرقمية.

**محتويات الدراسة:**

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول بحيث يحتوي الفصل الأول على الإطار المنهجي لمحتوى البحث أو الدراسة وخصصنا الفصل الثاني للإطار النظري الذي يتضمن مبحثين حيث يضم المبحث الأول مفاهيم حول نماذج الأعمال ، بحيث عرفنا نموذج الأعمال ووضحنا مختلف الأساسيات المتعلقة به من مفهوم وأهمية ودور وأهداف، بالإضافة إلى تصنيفاته المختلفة وأخيرا ميزنا الفرق بينه وبين بعض المصطلحات الشبيهة، أما المبحث الثاني فيضم مختلف الأساسيات المتعلقة بنماذج الأعمال الرقمية كذلك من مفاهيم وأهمية وركائز تدعمه، بالإضافة إلى مختلف تحدياته، محركاته، مكوناته، وأنواعه وأخيرا وضعنا أبعاد القيمة والمحركات الرقمية الخاصة به. أما الفصل الثالث فقد تضمنت الدراسة مشروع تطبيق Home Women Stay وضعنا خلاله الإطار التصوري للتطبيق بالاعتماد على تعريفه وأهدافه وأصحاب المصلحة المتفاعلين فيه، أما المبحث الثاني فيضم الإطار العملي للتطبيق بينا فيه تصميم التطبيق، تنفيذ الخدمة، وأخيرا توزيع المستحقات المالية.

الفصل الثاني:  
الإطار النظري لنماذج الأعمال  
الرقمية

**تمهيد:**

تعد نماذج الأعمال ضرورة حتمية للمؤسسات فهي تعتبر بداية الطريق للمؤسسات الجديدة والتي تعتبره بدورها أداة ذات فاعلية في تحقيق الأرباح والريادة، كما يعتبر بمثابة المرشد الذي يمكن الارتكاز عليه في وضع النقاط الأساسية اللازمة للتحقيق النجاح، وأداة كشف تمكن المؤسسة من معرفة نقاط القوة والضعف في خطة العمل، وبالتالي الحصول على نظرة عامة على قلب العمل بدون الأجزاء الملحقة الغير هامة وتحقيق الاستقرار في بيئة المنافسة. وفي ظل التغيرات الرقمية السريعة في بيئة الأعمال بدأت المؤسسات تنافس اليوم لتحقيق التحول الرقمي فاتجهت إلى تطوير نموذج أعمالها إلى نموذج عمل رقمي قائم على التقنيات والمهارات الرقمية للعاملين به، حيث قدمت نماذج الأعمال الرقمية للمؤسسات سلسلة قيم جديدة وفرص أعمال فريدة لا تستطيع نماذج الأعمال التقليدية تقديمها، حيث تركز المؤسسات الرقمية على خلق قيم جديدة لأعمالها الأساسية واستخدام التكنولوجيا لدفع عجلة النمو وتحقيق الإيرادات بطرق لا يمكن للنماذج الأعمال التقليدية أن تقدمها.

## المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لنماذج الأعمال

تم تخصيص هذا المبحث للحديث عن نموذج العمل كإطلاقة أولية قبل الوصول إلى موضوعنا الأساسي، حيث تطرقنا إلى مفاهيم متعددة لنموذج العمل، أهميته، دوره وأهدافه كونه مرشد للمؤسسة للنجاح وتحقيق الأرباح، كما تحدثنا عن مخطط العمل الذي يعطي الصورة الشاملة للمؤسسة لمدى قابلية تنفيذ الأعمال كما تم التطرق إلى تصنيفات نماذج الأعمال كتمهيد للوصول إلى نماذج الأعمال الرقمية

أولاً: مفهوم نموذج العمل وأهميته

### 1- مفهوم نموذج العمل:

إن النموذج هو تصوير (تمثيل مبسط) لظاهرة معينة موضوع البحث إذ يمكن تصوير مجموعة من السمات بأشكال مختلفة تساعد على تبسيط وتعزيز الفهم لأهم جوانب الظاهرة أما الأعمال فهي أنشطة توفير السلع والخدمات أو كليهما والتي تشمل الجوانب المالية والتجارية والصناعية وبالتالي فإن مفهوم نموذج العمل هو محاولة فصل وتحليل أنشطة الأعمال إلى شيء أكثر بساطة وأكثر وضوحاً، ويستعمل مصطلح نموذج الأعمال لوصف العمليات ومفاهيم الأعمال الخاصة بالشركة إذ أنه وجد أساساً من الحاجة لفهم وشرح الطرق المختلفة لممارسة الأعمال فهو مفيد في تحليل وتوصيل جوهر والتنبؤ بتأثيرات الأعمال القائمة، إذ يعتقد البعض أن الأعمال قد تنجح وتفشل تبعاً لنموذج الأعمال الخاص بها. (زيني، 2020)

كما يعرف نموذج الأعمال كذلك على أنه: أداة مفاهيمية تحتوي على مجموعة من العناصر والعلاقات تسمح بالتعبير عن منطق الأعمال لشركة معينة، انه توضيح للقيمة التي تقدمها الشركة لشريحة واحدة أو لعدة شرائح من العملاء إضافة إلى هيكل الشركة ومختلف شركائها لتوليد تدفقات إيرادات مستدامة (ludmila، وآخرون، 2016)

ويعرف كذلك على أنه تمثيل مبسط ومجمع لما هو ذي صلة بأنشطة الشركة يصف كيفية تسويق المعلومات والمنتجات و أو الخدمات التي تم انشائها عن طريق مكون القيمة المضافة للشركة. بالإضافة إلى بيئة خلق القيمة والإستراتيجية والنظر في مكونات السوق وما يريده العميل من أجل تحقيق الهدف الرئيسي وخلق ميزة تنافسية والمحافظة عليها (W.Wirtz، 2019)

وعلى الرغم من زيادة الاهتمام بدراسة نماذج الأعمال إلا انه لا يوجد تعريف متفق عليه لمفهوم نموذج الأعمال لكن يوجد تقارب لدى العديد من الباحثين من خلال ما سبق وما يتضمنه الجدول أدناه يمكن إبراز بعض هذه التعاريف:

## الجدول 01: يوضح أبرز التعاريف لنموذج العمل.

الكاتب	التعريف
Allan Afuah 2003	هو خطة المؤسسة لكسب المال يضم مجموعة من الأنشطة وكيف تؤديها ومتى تؤديها لتقدم لعملائها القيمة التي يريدونها إضافة إلى كسب الربح.
Itami a Noshino	هو صيغة ربح، نظام أعمال ونظام للتعليم.
Mullins and Komisar	هو نمط النشاط الاقتصادي الذي يحدد امتلاكك للنقود أم لا وإذا كانت تقدم عوائد مجزية للمستثمرين أم لا، باختصار نموذج عملك هو الدعامة الاقتصادية لعملك من جميع جوانبه.
Chesbrough 2006	هو إطار عمل مفيد يربط الأفكار بالتقنيات بالنتائج الاقتصادية.
Don Debleak	هو الأداة التي تتيح للمؤسسة تحقيق الإيرادات والأرباح، إنه ملخص لكيفية قيام المؤسسة بخدمة موظفيها وعملائها وتتضمن كل من: الإستراتيجية والتنفيذ.
Alforonso Chanbardella	هو آلية لتحويل الأفكار إلى إيرادات باستخدام تكاليف مقبولة.
Morisson et Autres 2005	هو مجموعة مترابطة من التغيرات في مجالات إستراتيجية المشروع والمعمار والاقتصاد التي تؤدي إلى خلق ميزة تنافسية مستدامة في أسواق محددة.
Magaretta 2002	هو قصص تشرح كيفية عمل المؤسسات فالنموذج الجيد يجب على أسئلة بيتر دراكر القديمة وهي: من هو العميل؟ وماهي قيمة العميل؟

Source: Slavik Stefan, Bednar Richard, Anlysis of Business Models, 2014, p20.

يمكن فهم نموذج العمل كذلك من خلال تقسيمه لعناصره الأساسية: العمل هو نشاط بشري في بيئة سوق تنافسية وتتميز عادة بتبادل السلع والخدمات أما الشركة فهي هيكل قادر على الإنتاج والمعاملات هدفها خلق القيمة والحصول عليها من خلال الأنشطة التجارية وتتمتع هذه الأخيرة بقوة تتيح لها القدرة على تنسيق أعمال الموظفين في إنجازها لنشاطاتها المختلفة مع الأخذ بعين الاعتبار رغبات أصحاب المصلحة، وبالتالي فإن نموذج العمل هو خطة الشركة لكيفية تحقيق الإيرادات والربح وخلق القيمة للعملاء وتجسيد هذه القيمة على أرض الواقع.

## 2- أهمية نماذج الأعمال:

تكمن أهمية نماذج الأعمال في كونها أداة تساعد المنظمة في:

- تحديد موقع الأعمال في سلسلة القيمة.
  - تحدد مستقبل الأعمال سواء تتجح أو تفشل.
  - إنشاء أساس لتحسين التكنولوجيا المبتكرة.
  - تحقيق النجاح في أي عمل.
  - اختيار فكرة جديدة لرؤية ما إذا كانت تحمل وعدا حقيقيا بالنجاح.
  - إنشاء بيان واضح للأعمال المهمة والرؤية.
  - خلق مجموعة من القيم والتي بمقدورها توجيه الأعمال.
  - وضع تحليل واضح للصناعة، بما في ذلك الفرص والتهديدات.
  - إنشاء خارطة طريق وجدول زمني لتحقيق الأهداف والغايات.
  - وضع وصف للمنتجات والخدمات المتوفرة.
  - تشكيل وصف لإستراتيجيات التسويق.
  - إنشاء كتاب للموظفين الجدد بحيث يصف فيه الشركة وأنشطتها.
  - رسم ملخص والذي يمكن استعماله في تقديم الأعمال للموردين البائعين أو المقرضين.
- \* هنالك أبحاث عديدة في مجال ريادة العمال أظهرت أن الشركة ببساطة لا يمكنها أن تكون ناجحة دون توفر نموذج عمل جيد وواضح. حيث أنه في السنوات القليلة الماضية كرس الخبراء وأصحاب الشركات الناجحة الكثير من الجهد والقوى العاملة في تطوير نماذج الأعمال والتي تتكيف بشكل خاص مع أهدافهم والأثر المطلوب لأعمالهم. (ludmila، وآخرون، 2016)

### ثانياً: أهداف ودور نماذج الأعمال

نموذج الأعمال له دور وأهمية بالغة في إنشاء المؤسسات فهو بداية الطريق للمؤسسات الجديدة والتي تعتبره بدوره أداة ذات فعالية في تحقيق الأرباح والزيادة.

#### **1- أهداف نموذج العمل:**

- يمثل هذا المخطط الطريق الذي يمكن اعتماده في مسيرة أي مؤسسة من لحظة تأسيسها وحتى بداية مزاوله نشاطها فهو يعتبر بمثابة المرشد الذي يمكن الارتكاز عليه من أجل وضع النقاط الرئيسية اللازمة من أجل النجاح في إنشاء مؤسسات قوية تعتمد على منظومة إدارية وتسلسل إداري نموذجي وتراعي كافة جوانب النجاح المرتبط بتأمين شركاء وقنوات التوزيع وبيع المنتجات.
- أصبح هذا النموذج يعتمد منذ عقود وإلى اليوم من إقبال أكبر الشركات العالمية والتي وجدت في مخطط العمل التجاري خير دليل وبوصلة النجاح التجاري والخطة الإستراتيجية الأمثل لتحقيق الأهداف.



- تعتمد قدرة نموذج الأعمال على قياس نضج نموذج العمل نفسه أي قدرته على توفير الفائدة الاجتماعية من السلع أو الخدمات أو سبل العيش ومدى قدرته على استعادة التكاليف. بالنسبة للمستثمرين كما يساعد على إقامة الشراكات.
- نموذج العمل فضلا عن الإستراتيجية هو جانب حاسم في نجاح الأعمال التجارية.
- يمثل نموذج العمل نوايا المؤسسة اتجاه البيئة فهو يوضح المبادئ التي تقوم المؤسسة بموجبها إنشاء قيمة وتسليمها والنقاطها. (مريم، 2020)

## 2- دور نماذج الأعمال:

- يلعب نموذج العمل أدوارا رئيسية في المؤسسة يمكن إجمال بعض منها فيما يلي:
- **تحديد الزبائن المستهدفين:** يجب التركيز على العملاء الذين يحتاجون بالفعل إلى هذا المنتج أو الخدمة ويرغبون فيها عند إنشاء نموذج عمل معين يجب تضيق نطاق الجمهور إلى صنفين مع تحديد الخصائص الديموغرافية لكل شخص والتحديات الشائعة والحلول التي تقدمه المؤسسة.
- **إنشاء عمليات المؤسسة:** قبل ان تبدأ المؤسسة نشاطها، تحتاج إلى فهم الأنشطة المطلوبة لجعل نموذج العمل فعال لهذا عليها أن تحدد الأنشطة التجارية الرئيسة من خلال التعرف أولا على الجانب الأساسي من غرض النشاط مع تقديم الاستشارات اللازمة.
- **تسجيل موارد الأعمال الرئيسية:** الذي تحتاج إليه المؤسسة للقيام بعمليات يومية، والعثور على عملاء جدد والوصول إلى أهداف العمل.
- **تطوير اقتراح القيمة:** كيف ستظهر المؤسسة وهل ستقدم خدمة مبتكرة، منتج ثوري أو لمسة إبداعية جديدة مفضلة على القيمة القديمة.
- **إنشاء إستراتيجية لتوليد الطلب:** مالم تكن المؤسسة تتبع نهجا جذريا لإطلاق نشاطها فستحتاج إلى إستراتيجية تبني الاهتمام بنشاطها وتوليد عملاء محتملين.
- **تحديد الشركاء الرئيسيين:** لا يمكن الوصول إلى الأهداف المحددة بدون شركاء رئيسيين يساهمون في خدمة الزبائن، فعند تخطيط نموذج الأعمال يجب تحديد الشركاء الرئيسيين، مثل التحالفات الإستراتيجية والموردين فلهم أثر كبير. (مريم، 2020)

## ثالثاً: مخطط نموذج العمل

## 1- الأحجار التسعة لنموذج العمل:

تتمثل أحجار البناء التسعة فيما يلي:

- **شرائح العملاء:** يعد حجر البناء الخاص بشرائح العملاء المجموعات المختلفة من الناس أو المنشآت التي تستهدفها منشأة ما لتصل إليها وتقدم خدمة لها، هذه بعض الأمثلة عن الأنواع المختلفة لشرائح العملاء: الأسواق الجماهيرية والتي تستخدم غالباً في قطاع الإلكترونيات الاستهلاكية والأسواق المتخصصة التي تستهدف شرائح محددة ومتخصصة من العملاء إضافة إلى التمييز والتوزيع والمنصات المتعددة الجوانب.
- **القيم المقترحة:** يصف حجر البناء الخاص بالقيم المقترحة حزمة المنتجات والخدمات التي تخلق قيمة للشريحة محددة من العملاء هذه بعض العناصر التي يمكنها أن تؤدي إلى توليد قيمة للعملاء: الحداثة: ويمكن للمؤسسة تحقيق ذلك من خلال التقدم التكنولوجي، الأداء: إذ كان من المعروف تقليدياً أن تحسين نوعية المنتج أو طريقة تأدية الخدمة طريقة مألوفة لخلق القيمة، تكييف المنتجات والخدمات تبعاً للاحتياجات المحددة للعملاء أو شريحة من العملاء، إنجاز المهمة، التصميم، العلامة التجارية، السعر، خفض التكاليف، الحد من المخاطر، سهولة الوصول، الملائمة، وسرعة الاستخدام.
- **القنوات:** يحدد حجر البناء المتعلق بقنوات التوصيل إيصال القيمة للزبون ويقوم هذا الحجر بثلاثة وظائف رئيسية: تعريف العملاء بمنتجات الشركة وخدماتها، تقييم العملاء للقيمة التي تقدمها الشركة، إتاحة الفرصة للعملاء لشراء منتجات أو خدمات معينة وأخيراً إيصال القيمة للعميل. تؤدي القنوات خمسة وظائف أساسية تتمثل في: زيادة الوعي، التقييم، الشراء، التوصيل ومن تم خدمة ما بعد البيع.
- **علاقات العملاء:** يحدد حجر بناء علاقات العملاء وصف العلاقة التي تنشئها الشركة مع مختلف شرائح العملاء وهذه العلاقة تحدث بسبب: الاستحواذ على عملاء جدد، الحفاظ على العملاء، زيادة المبيعات. من الممكن أن يكون هناك أكثر من نموذج لعلاقات الشركة مع العملاء وذلك نتيجة وجود شرائح عملاء مختلفة في هذه النماذج وهي: المساعدة الشخصية، المساعدة الشخصية المتخصصة، الخدمة الذاتية، الخدمات الآلية وأخيراً المجتمعات.
- **الإيرادات (الأرباح):** يمثل هذا الحجر الآلية التي تولد الربح للمؤسسة وتتمثل طرق توليده فيما يلي: بيع الأصول، أجور الاستخدام، رسوم الاشتراك، الإعارة والتأجير، الترخيص، رسوم الوساطة، الإعلانات.

- **الموارد الرئيسية:** يصف حجر البناء الخاص بالموارد الرئيسية أهم الأصول اللازمة لنجاح نموذج العمل التجاري تصنف الموارد الرئيسية إلى ما يلي: موارد مادية (مختلف الأصول مثل مرافق التصنيع والبناءات...الخ)، موارد بشرية، موارد فكرية (العلامات التجارية وبراءات الاختراع وحقوق التأليف...الخ)، موارد مالية (مثل النقد، خطوط الائتمان، خيارات شراء الأسهم).
- **الأنشطة الرئيسية:** تحدد أهم الأشياء التي ينبغي للمؤسسة القيام بها لإنجاح نموذج العمل التجاري الخاص بها، تصنف الأنشطة الرئيسية على النحو التالي: الإنتاج ويتعلق بتصميم صنع وتوريد منتج ما بكميات كبيرة، حل المشكلات ويتعلق هذا النشاط بالتوصل إلى حلول جديدة للعملاء كل على حدة، المنصة أو الشبكة وقد تعمل الشبكات والمنصات التوافقية والبرمجيات وحتى العلامات التجارية على هذه الشاكلة.
- **الشراكات الرئيسية:** يحدد حجر البناء الخاص بالشراكات الرئيسية شبكة الموردين والشركاء التي تساعد على نجاح نموذج العمل التجاري يوجد ثلاث دوافع تكمن خلف الدخول في شراكات وهي: التحسين واقتصاديات الحجم، الحد من المخاطر وعدم التيقن، الحصول على موارد وأنشطة معينة.
- **هيكل التكاليف:** يبين جميع التكاليف الناتجة عن تشغيل نموذج عمل معين للعمل التجاري، يوجد نوعين من هياكل نموذج العمل التجاري المدفوعة بالتكلفة وتركز على تقليل التكاليف من أجل الحصول على أدنى حد ممكن من هيكل التكاليف والحفاظ عليه والمدفوعة بالقيمة وتركز على القيم المقترحة والخدمة الشخصية فائقة الجودة وتقع ضمن هذه الفئة الفنادق الفاخرة والخدمات الحضرية. (أوستراقالدر و بينور، 2013)

عندما نقوم بتصميم نموذج العمل فإننا نقوم بالبحث عن الطريقة المثلى التي تؤمن أفضل قيمة مضافة للجمهور المستهدف وتؤمن بنفس الوقت أكبر قدر ممكن من الأرباح خلال دراسة المشروع سنرى الكثير من التضارب بين هذين المتغيرين (أعلى قيمة وأعلى ربح). فبعض المشاريع تؤمن قيمة عالية مع ربح قليل، وعند محاولة زيادة الربح فيها سنجد أن القيمة المضافة بدأت بالنقصان. الوصول إلى التوازن المثالي هو أحد أهم أهداف تصميم نموذج العمل، يتميز نموذج العمل بأنه يمكنك من توزيع المتغيرات المختلفة بشكل متناسق على ورقة واحدة فقط وذلك يمكنك من دراسة كامل عناصر نموذج العمل في صورة واحدة، وبذلك تتمكن من فهم أفضل للعمل وآليات تطويره

## مخطط نموذج العمل التجاري

يعود الفضل لابتكار مخطط "نموذج العمل التجاري" الى المؤلفين اليكسندر اوستر فالدر osterwalder Alexander وليف بينور Yves pigneur الذين قدماه في كتابهما business model generation في عام (2010)، والتي تمت ترجمته للعربية تحت عنوان ابتكار نموذج العمل التجاري. وترجع أهمية هذا المخطط في انه يغطي ويصف أربع مجالات أساسية لا يخلو أي مشروع صغير منها هي: العملاء وعرض قيمة المنتج، والبنية التحتية، القدرة المالية للمشروع، وهو بذلك ينقسم الى ست مكونات رئيسية هي:

"القيمة المقترحة او العرض المقدم" value proposition و "شرائح العملاء او الزبائن" Customer segments و "قنوات التوزيع" channels و "العلاقة مع العملاء" Customer Relationship و "مصادر الإيرادات" revenue Stream و "الموارد الأساسية" key ressources و "الأنشطة الأساسية" key activistes و "هيكل التكاليف" structure costs و "الشركاء الاساسيون" ket Partner ومن ثم تقدم هذه العناصر معا صورة متماسكة تماما لمدى قابلية تنفيذ المشروع و عرضا متماسكا لكيفية سير العمل فيه وبالتالي الشكل (4) يوضح المخطط العام لنموذج العمل التجاري. (احمد، 2020)

الجدول 02: شرح نموذج العمل التجاري.

الشركات الرئيسية:	الأنشطة الرئيسية:	القيمة المضافة:	العلاقة مع العملاء:	الجمهور المستهدف:
- من هم الشركاء الرئيسيون؟	- ماهي الأنشطة المطلوب انتاجها؟	- ماهي القيمة التي نضيفها للجمهور؟	- كيف سنتفاعل مع الجمهور؟	- من هو الجمهور المستهدف؟
- من هم الموردون الرئيسيون؟	- ماهي الأنشطة المطلوبة لقتوات التواصل؟	- أي مشكل الجمهور نقوم بحلها؟	- كيف سنقوي علاقاتنا بهم؟	- من هم العملاء الذين نستخدمهم؟
- ماهي الموارد الرئيسية التي سنطلبها من شركائنا؟	- ماهي الأنشطة المطلوبة للعلاقة مع الجمهور؟	- ماهي المنتجات التي نقدمها لكل شريحة؟	- ما الذي يميز علاقاتنا بهم عن منافسينا؟	- هي شرائح العملاء؟
- ماهي الأنشطة الرئيسية التي سينفذها شركائنا؟	- ماهي الأنشطة المطلوبة للإيرادات؟	- ماهي احتياجات الجمهور التي نحققها؟	- قنوات التواصل:	- من هم عملائنا الأكثر أهمية؟
	<b>الموارد الرئيسية:</b>			
	- ماهي الموارد المطلوبة لبناء المنتج؟		- كيف سيعرف الجمهور بوجودنا؟	
	- ماهي الموارد المطلوبة لقتوات التواصل؟		- ماهي طرق التواصل التي يفضلها الجمهور؟	
	- ماهي الموارد المطلوبة للعلاقة مع العملاء؟		- ماهي طرق التوصيل الأقل كلفة؟	
	- ماهي الموارد المطلوبة للإيرادات؟		- ماهي طرق التواصل الأفضل؟	
		<b>هيكل التكاليف:</b>		<b>مصادر الإيرادات:</b>
		- ماهي أهم التكاليف لهذا المشروع؟		- ماهي المنتجات التي سيدفع الجمهور من أجلها؟
		- ماهي الموارد الرئيسية الأكثر تكلفة؟		- كيف يدفعون حاليا؟
		- ماهي الأنشطة الرئيسية الأكثر تكلفة؟		- كيف يفضلون أن يدفعون؟
				- ماهي نسبة إيرادات كل منتج بالنسبة للمشروع؟

المصدر: أمجد الجنباز، فكريتي صارت مشروع، ط1، 2014، ص05.

**رابعاً: تصنيفات نماذج الاعمال والفرق بينها وبين خطة العمل ودراسة الجدوى****1-الفرق بين نموذج العمل وخطة العمل ودراسة الجدوى****نموذج العمل: (Business model):**

نموذج العمل يصف للشركة من هم من عملاءها وكيف ستصنع الشركة القيمة وتعمل على إيصالها وما هي الموارد والأنشطة التي لا بد أن تتم من أجل صناعة القيمة، بجانب أنه يوضح أيضا ما هي العلاقات التي ستنشئها الشركة من أجل الحفاظ على عملائها، والعلاقات التي ستحتاجها مع الموردين من أجل إتمام هذا النموذج.

**دراسة جدوى المشروع: (Feasibility Study):**

دراسة جدوى المشروع هدفها الإجابة على سؤال "هل سينجح المشروع؟" فهي تهدف لمساعدة أصحاب الشركات في التحقق من جدوى البدء في هذا المشروع أم لا؟ وما هي المعوقات وكيف يمكن تجنبها أو حلها؟ .... وهكذا؟

**خطة العمل: (Business plan):**

بينما تشمل خطة العمل "نموذج العمل" مع ذكر كيفية تنفيذ نموذج العمل؟ بالإضافة لتفاصيل أكثر عن الفريق (team) ومراحل المشروع (milestones) وتوقعاتك المالية المستقبلية (Financial forecasts) للمشروع وهكذا. (محمد، 2019)

**2- تصنيفات نماذج الأعمال:**

هناك تصنيفات مختلفة لنماذج الأعمال مثلا Michal Rappa ميز نماذج العمال التسعة التالية:

- نموذج أعمال الوساطة.
- نموذج الإعلان.
- نموذج المعلوماتية.
- نموذج التاجر.
- نموذج الصانع.
- نموذج الأعمال التابعة.
- نموذج الاشتراك.
- نموذج المجتمع.
- نموذج المنفعة (الجدوى).

يلعب (Peter Timmers) دورا مهما في تطوير نماذج الأعمال وقد ميز بين 11 نوعا من نماذج الأعمال التالية والتي تتميز بها الشركات الإلكترونية:

- نموذج التسويق الإلكتروني.
- نموذج التأمين الإلكتروني.

- نموذج المزاد الإلكتروني.
- نموذج المجتمع التجاري الإلكتروني.
- نموذج المجمعات الافتراضية.
- نموذج تكامل سلسلة القيمة.
- نموذج منصات التعاون.
- نموذج مزود خدمة سلسلة القيمة.
- نموذج مزود سلسلة القيمة.
- نموذج وساطة المعلومات.
- نموذج خدمات الثقة.

اقترح (2001) Lynda. M. Applegate أربع فئات أساسية لنماذج الأعمال (الجدول 01)

### الجدول 03: تصنيف نماذج الاعمال وفقا ل Lynda. M. Applegate

تفاصيل النموذج	وصف النموذج	الفئة الأساسية لنموذج العمل
نموذج البائع المتخصص، السوق (32) نموذج المجمع، نموذج وسطاء المعلومات نموذج الصرف.	يتيح الوصول إلى المنتجات والخدمات في فرع أو في سوق محدد	نموذج الموزع المركز
نموذج البوابة الأفقية نموذج الترابط		نموذج البوابة
نموذج المبتكر، نموذج مشغل الخدمة، المعلم، المستشار، نماذج الدعم.	يمكن من بيع المنتجات والمواد مباشرة من المنتج	نموذج المنتج
نموذج البوابة الأفقية (مزود الخدمات الإلكترونية) والنموذج العمودي.	تمكن الزبائن من الحصول على الخدمات الإلكترونية	نماذج البنية التحتية الداعمة

Source: Walaszczk and all. (2016), P8

قام كل من Peter. Weill و Michael. R. Vitale (2008) باقتراح 8 نماذج أعمال بناء على دراسات حالة لشركات مشهورة، عبر عرض أهدافهم الاستراتيجية والأرباح والعوامل الحاسمة في النجاح والكفاءات المطلوبة من أجل تنفيذها بشكل فعال.

## الجدول 04: نماذج الاعمال وفقا لـ Michael. R. Vitale و Peter. Weill

اسم النموذج	مواصفات النموذج
داعم المحتوى (مزود)	يمكن من الوصول إلى المحتويات، المعلومات، المنتجات والخدمات الرقمية من خلال الوسطاء.
مباشرة إلى المستهلك	يقدم المنتجات والخدمات مباشرة إلى الزبائن بدون وسطاء.
مزود الخدمة الكاملة	يلبي احتياجات الزبائن في منطقة معينة مثلا (المالية، التأمين) مباشرة من المزودين والوسطاء.
الوسيط	يربط بين المستهلكين والمزودين من خلال تركيز المعلومات على الزبائن
البنية التحتية المشتركة	يجمع العديد من الشركات من خلال إتاحة الوصول إلى البنية التحتية العامة لتكنولوجيا المعلومات التي تقدم خدمات غير متوفرة في السوق.
تكامل القيمة	ينسق نقل المعلومات والمنتجات إلى الوسطاء والزبائن.
المجتمع الافتراضي	يربط مجموعة من الأفراد لديهم اهتمامات مشتركة في مجتمع افتراضي مع أخذ رسوم من الأعضاء.
مشاريع حكومة كاملة	يوحد جميع الخدمات ويمكن من الوصول من خلال نقطة اتصال واحدة.

Source: previous source P9

يقترح المؤلفون أن التصنيف المقترح هو الأساس لجميع نماذج الأعمال الإلكترونية، ويسلطون الضوء على ذلك، ويمكن تكوين النماذج بطرق مختلفة لتطوير نموذج أعمال يتم تعديله على أفضل وجه لاحتياجات الشركة.

اقترح كل من C. Baden-Fuller و v. Managemantion (2013) 4 أنواع من نماذج الأعمال. (ludmila، وآخرون، 2016)



## الجدول 05: تصنيفات نماذج الاعمال وفقا لـ C. Baden-Fuller و v. Managemantion

اسم النموذج	تفاصيل النماذج
نموذج الامتياز (شبكة الوجبات السريعة)	هو نموذج بسيط موجه لمختلف العملاء
النموذج الإستراتيجي لمستشار المتجر	هو نموذج بسيط موجه فقط لعملاء مختارين، حيث هنالك رابط بين الشركة والزيون بدون مواضيع إضافية في سلسلة القيمة
نموذج الجرائد نموذج بحث الويب	هو نموذج ثنائي يتعلق بنوعين من الزبائن، المستهلك والمسوق، اللذان يمثلان بيانات مختلفة ومجالات مختلفة من الأنشطة، الاتصالات ضمن شبكة القيم الهرمية.

Source: previous source P9.

## المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لنماذج الأعمال الرقمية

في ظل تصاعد موجات الرقمنة والأعمال الرقمية في الاقتصاد أو مجتمع الأعمال وحتى الحياة اليومية أصبحت نماذج الأعمال الرقمية بأنواعها اتجاه لا بديل له، خاصة بعد بروزها كأداة قوية لربط الابتكارات التكنولوجية بمنطق خلق القيمة الفعالة، وإثر هذا قسمنا الفصل إلى محورين حيث تحدثنا في الأول عن الإطار المفاهيمي للنماذج الأعمال، أما المحور الثاني فتناولنا فيه نماذج الأعمال الرقمية باعتبارها جوهر دراستنا.

### أولاً: مفهوم نماذج الأعمال الرقمية

تعددت مفاهيم نماذج الأعمال الرقمية ما بين الباحثين فهناك من عرفها على أنها طريقة للتوليد الإيرادات من مواقع الويب المختلفة وآخرون عرفوها على أنها شكل من أشكال خلق القيمة انطلاقاً من تعظيم القيمة المقدمة للعميل.

- عرفه فيت وآخرون نموذج العمل على أنه رقمي " إذا أدت التغييرات في التقنيات الرقمية إلى تغييرات جوهرية في طريقة تنفيذ الأعمال وتوليد الإيرادات (M. Kolbe، و Hanelt، Bgorn، Remane، 2016) .

- نموذج العمل الرقمي هو الطريقة المستخدمة للتوليد الإيرادات من موقع الويب أو تطبيق الهاتف المحمول ويعتمد عادة على نموذج عوائد الإعلانات. (chaffey، 2020)

- نموذج العمل الرقمي هو شكل من أشكال خلق القيمة بناء على تعظيم فوائد العملاء باستخدام التقنيات الرقمية. والهدف من الحل الرقمي هو إنشاء فائدة كبيرة يرغب العملاء في الدفع مقابلها. (Thomas، 2020)

- يمكن تعريف نموذج الأعمال الرقمية على أنه نموذج يستفيد من التقنيات الرقمية لتحسين جوانب المؤسسة، بدءاً من كيفية اكتساب الشركة للعملاء وصولاً إلى المنتج أو الخدمة التي تقدمها، نموذج العمل الرقمي ينشأ من المساعدة التي تقدمها التكنولوجيا الرقمية في تعزيز عرض القيمة الخاص بها. (Gennaro، 2020)

- نموذج العمل الرقمي هو الاستخدام المختلط للمنتجات الرقمية الذكية والخدمات الذكية الرقمية ورقمنة العمليات الداخلية والتشغيل داخل النظام البيئي وإمكانية الوصول الى النظام الأساسي فضلاً عن استخدام تحليلات البيانات. (Ahmad، Botzkowski، Klotzer، و Papert، 2020)

- كذلك يمكن تصنيف نموذج الأعمال على أنه رقمي إذا كانت التقنيات الرقمية أحدثت تغييرات أساسية في أبعاد القيمة في النموذج، وتختلف خصائص نماذج الأعمال الرقمية عن النماذج التقليدية ويظهر هذا بشكل واضح عند النظر إلى نظام الهواتف الذكية:

1- يمكن إعادة إنتاج المنتجات والخدمات الرقمية مقابل تكلفة هامشية تقدر بصفر عمليا على (سبيل المثال تطبيقات الهواتف الذكية). وأصبحت أكثر قيمة بشكل كبير مع انضمام المزيد من المستخدمين (مثل Facebook)

2- بينما تم خلق القيمة تقليديا داخل نطاق شركة ثم بيعها للعملاء في نماذج الأعمال الرقمية يتم تحديد القيمة في الاستخدام، (على سبيل المثال تعتبر الهواتف الذكية بحد ذاتها ذات قيمة قليلة حتى يتم استخدامها كواجهة للوصول إلى الخدمات مثل الاتصالات الهاتفية والخرائط والدفع عبر الهاتف المحمول)

3- تعتمد نماذج الأعمال الرقمية على المنصات الرقمية لموازنة الفوائد بين نظام بيئي يحتوي العديد من المنظمات والأفراد المعنيين (على سبيل المثال يجب على متجر Google Play أن يقدم حوافز كافية لكل من مطوري البرامج والمستخدمين). (Hanelt, Bgorn, Remane, و M. Kolbe، 2016)

\* من خلال التعاريف السابقة نموذج العمل الرقمي هو كل نموذج يعتمد على التقنيات الرقمية كقاعدة أساسية في خلق القيمة وحصدتها وتعظيم الفوائد التي يحصل عليها العميل.

### ثانيا: أهمية وركائز نماذج الأعمال الرقمية ومحركاتها والتحديات التي تواجهها

#### 1-أهمية نماذج الأعمال الرقمية:

لم يعد ينظر للتكنولوجيا اليوم على أنها وسيلة لتسهيل الحياة اليومية بل أصبحت اليوم القلب ومركز كل استراتيجية أعمال، حيث يمكن للشركات استخدام البيانات لإنتاج وتخزين وتحليل المعلومات من أجل تحقيق ميزة تنافسية على منافسيها.

✓ تقدم الأعمال الرقمية طرقا جديدة للتواصل والتعاون وإنجاز الأعمال وبناء جسور بين الناس من خلالها ارتباطها بتكنولوجيا الأعمال.

✓ تؤثر نماذج الأعمال الرقمية على أسس وظائف الأعمال وتحدد الأسلوب الذي تدار به الأعمال اليوم.

✓ حظيت نماذج الأعمال الرقمية بالاهتمام عندما كتب نايجل فيونيك منشورا سنة 2013 بعنوان "عالم

الأعمال الرقمية" اختبر في هذا المقال تطورات الأعمال الاجتماعية مشيرا إلى أنها ستستمر في التطور والتقدم نحو المستقبل.

ليس هنالك أي إنكار أن الشركات بحاجة إلى التطور للتعامل مع تغيرات منظار الأعمال، فمستقبل برمجيات الأعمال هو الأعمال الرقمية.

## 2-الركائز الداعمة للأعمال الرقمية الناجحة:

2-1- رؤية السوق: إن رؤية السوق المقترنة بالتكنولوجيا الحديثة تعطي الشكل التقليدي للوعي بالسوق أو لفهم الأعمال بعدا رقميا.

2-2- فريق القيادة التعاوني: إن الجمع بين الرؤية والتكنولوجيا منذ البداية يعمل على توجيه فرق متعددة الوظائف من قادة الأعمال ومهندسي التكنولوجيا لتلبية احتياجات المستهلك. كذلك بمجرد وضع هذه الأسس كما هو الوضع مع أي عمل تجاري يجب مراقبة طلبات المستهلكين والاهتمام بها طوال مدة العمل.

2-3- منصة تكنولوجية واحدة أو أكثر: من الناحية التكنولوجية فإن الأعمال الرقمية تشتمل على منصة برمجية واحدة أو أكثر وتنفيد من أفضل التقنيات المتاحة لتلاءم الاحتياجات الفردية. وتعتبر المنصة مكونا أساسيا للأعمال الرقمية ونجاحها، حيث تمكن هذه التقنيات الشركات من السعي لتحقيق أهدافها، وإرساء رؤيتها وتحقيق أهدافها.

## 3-تحديات ومحركات نماذج الأعمال الرقمية:

إن النمو المتسارع واعتماد التقنيات الرقمية في الأعمال التجارية أدى إلى تحسينات كبيرة في مختلف العمليات التجارية إذ تلعب دورا مهما في مجال نماذج الأعمال والابتكار، كما تحولت الشركات من منظمات قائمة بذاتها إلى شبكات متعددة الشركات من خلال الابتكار التعاوني مع الشركاء يشار عادة بالبيئة المفتوحة أو التعاونية إلى الموردين والعملاء.

تلعب التقنيات الرقمية وأنترنت الأشياء ادوارا رئيسية كعناصر تمكين للاتصال وتبادل المعلومات الجيدة في الوقت المناسب، المشاركة، تخزين المعرفة وحمايتها، تقديم منصات جديدة لتطوير الأعمال القائمة إضافة إلى أنظمة قاعدة معلومات جديدة تماما ومن ثم فإن الشركات التي تم تأسيسها تقوم بشكل تدريجي بتحويلات رقمية، ليس فقط لإعادة التفكير فيها يقدره العملاء ولكن أيضا للإنشاء وتشغيل النماذج التي تستفيد بالإمكانات المتاحة مؤخرا لتحقيق التمييز التنافسي مع ذلك مع تحولات خلق القيمة في عقلية المنتج التقليدية من حل الاحتياجات بطريقة تفاعلية لمعالجة الوقت الحقيقي والاحتياجات الناشئة بطريقة تنبؤية رغم ذلك لن تكون الاعمال وتدفق نظام قاعدة البيانات كافيا.

من خلال تبادل واعتماد البيانات يمكن للشركات تطوير وخلق القيمة باستخدام DBMC (نظام

قاعدة البيانات) و IoT (أنترنت الأشياء) عبر ثلاث طبقات أو محركات: التصنيع، دعم وخلق القيمة.

**طبقة التصنيع:** تعني الشركات المصنعة أو يمكن لبائعي التجزئة توفير عناصر مثل: أجهزة وعناصر الاستشعار والأجهزة الطرفية، تجمع الطبقة الداعمة البيانات التي يمكن ان تستخدم في عمليات خلق القيمة، طبقة الأنشاء تطبق انترنت الأشياء كشريك مبدع كبنية يمكنها ان تفكر في الأشياء بنفسها.

المحرك الأخير في تبني فرص DBMI والاستفادة منها هو تطبيق منطوق SD (التخزين الرقمي) مما يعني أن الشركات تركز على الحلول الذكية بدلا من مجرد بيع منتج، ويجلب منطوق SD دراسة مشتركة لفرص DBM وأنترنت الأشياء وفرص للتفاعل العملاء وتطور منصات الخدمات الخارجية الداعمة مما يساعد على تحريك منظور المؤسسة من التركيز على القيمة (فقط) نحو اقتراح مشاركة العملاء. غالبا ما يتم تسويق التقنيات والابتكارات الجديدة من خلال الشركات الناشئة، الا وهي "ريادة الاعمال الرقمية" والتي قد ينظر على انها ظاهرة اجتماعية واقتصادية وظاهرة تكنولوجية تتضمن ريادة الاعمال التقليدية وتركز الاستفادة الرقمية الجديدة في التكنولوجيات بطرق جديدة (مثل الحلول الاجتماعية، الذكاء الاصطناعي، تحليلات السحابة والذكاء الاصطناعي والحلول الإلكترونية...) من أجل تطوير الطريقة التقليدية إلى خلق وممارسة الأعمال التجارية في العصر الرقمي.

تتميز الشركات الناشئة بكفاءة عالية في استخدام التقنيات الرقمية الجديدة (لاسيما الاجتماعية، المنتقلة، تحليلات سحابة الحلول) لتحسين العمليات التجارية واختراع نظام قاعدة معلومات جديدة، لشذ ذكاء العمال والتفاعل مع أصحاب المصلحة من خلال قنوات رقمية جديدة.

يتوقع بعض الكتاب موجة جديدة من الشركات الناشئة الرقمية المرتبطة بالصناعة وأنترنت كل شيء حيث ستقترن المنصات الرقمية مع بنى تحتية متطورة من أجهزة الاستشعار والنظم السيبرانية الفيزيائية والروبوتات كما أكد هارتمان وآخرون.

الشركات الرقمية الناشئة غير ملزمة بالأنظمة القديمة للشركات الراسخة التي بنيت على مدى فترة من الزمن وبالتالي فانه من الاسهل لأحدث الشركات الحصول على البنية التحتية المناسبة في المكان المناسب لاستغلال بياناتها، وبالتالي الاستفادة من ميزة البدء من صفحة فارغة بدلا من كونها مقيدة من قبل شركة قائمة، فان الشركات الناشئة تخلق مجموعة متنوعة من BMS وتجعل المزايا المحتملة للمحرك الأول ومعدل إدارة الاعمال الغير مكتشفة وزيادة حجم السكان واحتياجاتهم الشركات الناشئة مكانا مثاليا لاعتماد قواعد البيانات. (Aagaard, 2019)

**ثالثاً: منهجية تصميم نموذج العمل الرقمي وآليات تطويره****1- منهجية تصميم نموذج العمل الرقمي:**

تبنى الاستراتيجية على مجال التركيز الاستراتيجي "الضمني او الصريح" وهي استراتيجية توجيه تحليل نموذج العمل المطلوب و(إعادة) التصميم. مجالات التركيز الاستراتيجي وصف اتجاه واضح المعالم للتنمية في الاقتصاد الرقمي من خلال مخطط Worsen a Treacy يمكننا تحديد ثلاث مجموعات من مجالات التركيز الاستراتيجي مع الأخذ بعين الاعتبار ابتكار نموذج الأعمال:

**1-1- التمييز التشغيلي (التركيز على خلق القيمة):** الاستفادة من النظم البيئية الممكنة رقمياً إقامة شركات جماهيرية \_ استغلال تدفق البيانات الجديدة كمورد.

**1-2- قيادة الحل (التركيز على عنصر القيمة):** توسيع الاعمال التجارية من المنتج الى الخدمات \_ توكيد التشخيص الشامل.

**1-3- العلاقة مع العملاء (التركيز على تقديم القيمة):** تبسيط الحول لتحسين تجربة العملاء \_ توسيع النطاق العالمي \_ تكثيف مشاركة العملاء.

بالإضافة الى مجالات التركيز الاستراتيجي هناك مفهوم اخر للمساعدة في هيكل محركات القيمة الرقمية: "أنماط نموذج العمل" والتي حظيت بقبول واسع في تصميم نموذج الأعمال اذ ساهمت هذه الأخيرة في التأكيد على عدد من أفكار التصميم المحددة وتفاصيلهم باستخدام الشراكات بعد ان نفذتها بنجاح كأتملة وقد اظهرت ورش العمل أن استخدام هذه الأنماط تجعل نقل الأفكار الى سياقات جديدة أسهل بينما تهدف مجالات التركيز الاستراتيجي اتساق مبادرة الرقمنة، الأنماط تدعم توليد أفكار التصميم. بهذا المعنى يمكننا النظر الى محركات القيمة الرقمية ذات الصلة مثل الأنماط الدقيقة التي تساعد في تثبيت هذه الأفكار على العناصر الأساسية الرقمية لذلك قد تظهر محركات القيمة الرقمية في أنماط نماذج الاعمال المختلفة من أجل هذا يمكننا أن نستنتج ان أنماط نموذج الأعمال يصف كيف ان القيمة الرقمية تمكن من دمج الدوافع بذكاء للشرح قوة نموذج عمل معين.

في الممارسة العملية يقوم تسلسل المراحل بطرق مختلفة، على سبيل المثال قد تتبع هذا التسلسل:

✓ استخدام أنماط نموذج الاعمال الرقمية كنقطة وصول اولي للخروج ببعض الأفكار الأولية واختيار أنماط معينة لمزيد من التحليل.

✓ التفكير في الهدف الاستراتيجي وانشاء مجموعات من عملية تصميم الفكرة مع تبسيط هذا مع مراعاة إمكانية التعاون.

✓ استخدام محركات القيمة للتوضيح كيفية استخدام التكنولوجيا في تنفيذ أفكار نماذج الأعمال الرقمية. للضرورة يمكن تكرار الخطوات على سبيل المثال إذا كان التركيز ينصب على قدرة رقمية معينة (مثال: السحابة) أو مركب عنصر رئيسي رقمي مثل (انترنت الأشياء). في حالة أخرى محركات القيمة ذات الصلة قد يتم أخذ جميع العناصر الرقمية بعين الاعتبار. هذا النهج ثلاثي الأبعاد (مجالات التركيز الاستراتيجي) أنماط نموذج العمل كمحركات القيمة الرقمية) يحافظ على التركيز على التحول الرقمي. طوال عملية تصميم نموذج العمل بينما يوفر كنتيجة أيضا للاكتشاف الفرص التي تتجاوز الرقمنة. (Blaschke , Cigaina, U we, & Shoshan, 2017)

الجدول 06: العناصر الأساسية لتصميم نموذج العمل الرقمي.

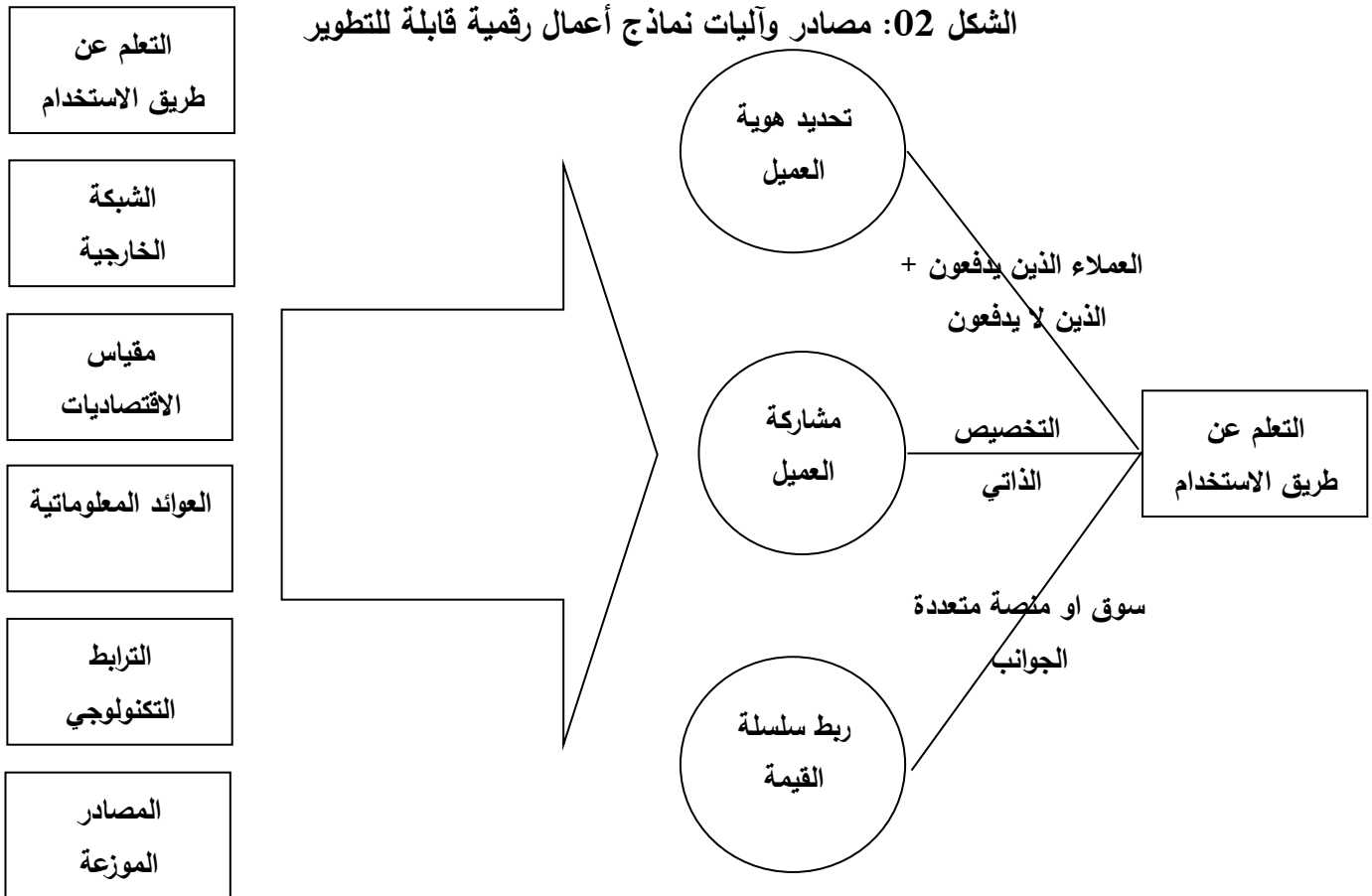
مكون نموذج الأعمال	عنصر المفتاح الرقمي	خلق القيمة	الوصف	الأمثلة
موقع ذو قيمة	السحابة	خدمات حسب الطلب	تحرك الرقمنة الأجزاء المتعلقة بالمعلومات من المنتجات المادية إلى موارد مجردة (تجسيد) الموارد والخدمات يتم تقديمها عند الطلب مما يساعد على توازن الطلب والموارد.	<i>Spring a science</i> عروض وسائط الأعمال أكثر من 170000.
شرائح العملاء	البيانات	الشرائح الصغيرة	تمكن البيانات التفصيلية عن العملاء وتجميع بيانات العميل من مختلف المصادر الشركات من استهداف القطاعات الدقيقة وحتى الأفراد مرتكز على تجميع بيانات العميل من مختلف المصادر، يمكن للشركة استثناء ملف تعريف يساعد في تقديم حل فردي هذا يسمح للشركات توسيع شرائح العملاء للعملاء مع مطالب محددة جدا.	تحول أمازون من عروض الكتب النادرة إلى شريحة من العملاء المهتمين بما تقدمه الشركة.
علاقات العملاء	السحابة	علاقات العملاء الشبكية	بسبب التكامل المقدم من السحابة يمكن للشركات مشاركة ملفات تعرف العميل في هذه الطريقة تحصل الشركات على صورة أكثر تفصيلا عن زبائنهم في حين يمكن العملاء من الوصول إلى المزيد من الحلول.	طيران <i>star alliances</i>

Source: Blaschke ,Michael; et al, Designing Business Models for the Digital Economy,2017, p19.

## 2-آليات تطوير نماذج الأعمال الرقمية:

هناك 3 مقترحات رئيسية، نماذج الأعمال التي تشرك كلا من المستخدمين الذين لا يدفعون والعملاء الذين يدفعون والتي تسهل مشاركة العملاء في إنتاج المنتجات أو الخدمات والتي تفتح سلسلة القيمة لحكومة الشبكة. وتميل إلى تعزيز قابلية التوسع تناقش أيضا كيف يمكن للتفاعلات بين عناصر تصميم نموذج العمل الثلاثة أن تؤثر على قابلية التوسع. بالإضافة إلى العوامل التي قد تعوض قابلية التوسع. يوضح الشكل 2 خط التفكير.

الشكل 02: مصادر وآليات نماذج أعمال رقمية قابلة للتطوير



Source : joanne jin , et al, disigning scalable digitale business models, 2015, p5.

تساهم هذه الدراسة بالطرق التالية:

✓ أولاً تحديث مفهوم قابلية التوسع وإبراز أهميته في تصميم نماذج الأعمال الرقمية. وهي قضية غالبا ما يتم ذكرها ولكن نادرا ما تتم مناقشتها في المؤلفات الموجودة.



ثانياً فحص مصادر قابلية التوسع بما في ذلك وفرة الأحجام المرتبطة بالعرض والطلب وذلك من خلال الجمع بين المنظورات الإدارية والاقتصادية والتكنولوجية. على الرغم من أن هذا النوع من اقتصاديات الحجم قد تمت مناقشتها من قبل (مثل هذا Arthur 1988 Gawer 2014 Shapirra varian 1999).

✓ ثالثاً تفكيك خصائص نماذج الأعمال الرقمية القابلة للتطوير من خلال النظر في ثلاثة عناصر أساسية لتصميم نموذج الأعمال. تحديد العملاء ومشاركة العملاء وروابط سلسلة القيمة، كما نقدم مقترحات تتعلق بقابلية التوسع في تكوينات نماذج الأعمال والتي نأمل أن تشجع أبحاث نموذج الأعمال التجريبية التي نقتدر حتى الآن (مركيدس 2013).

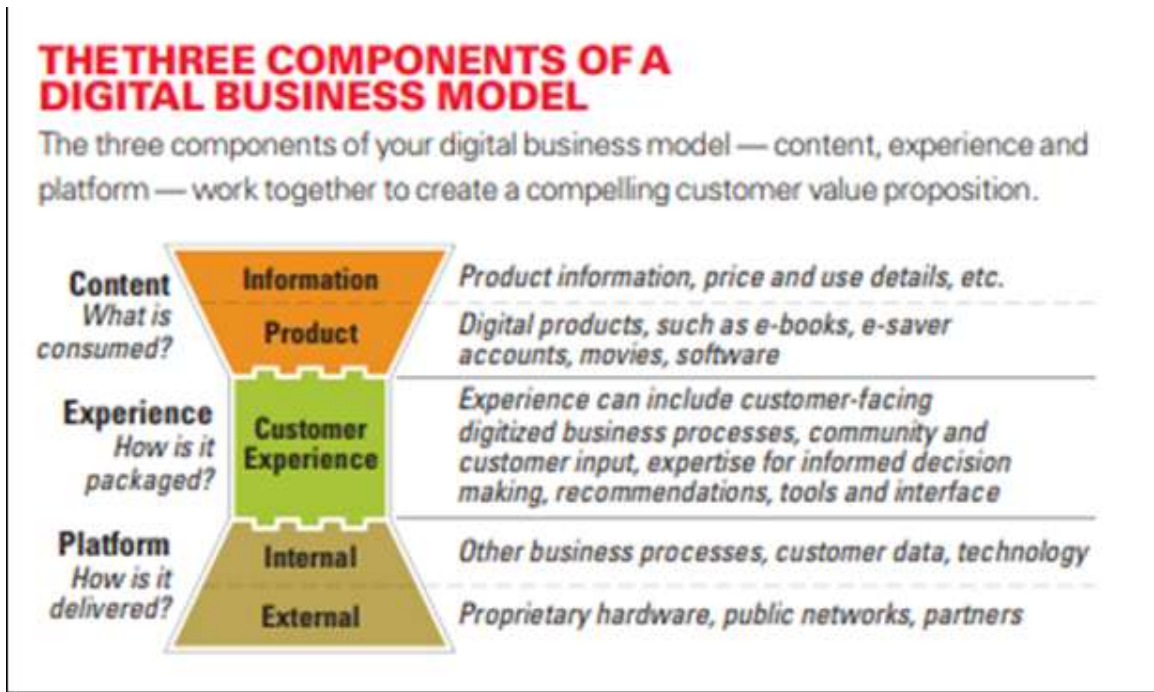
✓ في الأقسام التالية نحدد أولاً مصادر القياس ثم ندرس العلاقة بين تصميم نموذج الأعمال والقياس بعد ذلك نستخدم أمثلة لنماذج أعمال لشركات ريادة البيانات الضخمة لتوضيح مقترحاتنا. أخيراً ناقش مساهماتنا وآثارها الإدارية والقيود المفروضة على ورقتنا والتوجيهات المحتملة لمزيد من البحث. (joanne jin , yossi , jonatan, 2015)

#### رابعاً: مكونات وأنواع نماذج الأعمال الرقمية

##### 1- مكونات نماذج الأعمال الرقمية:

يتكون نموذج العمل الرقمي من ثلاث مكونات: المحتوى وتجربة العميل والنظام الأساسي انظر الشكل:

##### شكل 03: مكونات نموذج العمل الرقمي.



**Source:** Peter Weill and Stephanie L. Woerner , Optimizing your Digital Business Model, 2013, p73.

على سبيل المثال نموذج الاعمال الرقمي لعملاء التجزئة في امازون\_ ما هو مستهلك\_ يشمل الاعمال الرقمية مثل: الأفلام والبرمجيات بالإضافة الى معلومات حول المنتجات المادية التي تتبعها او السماسرة، والعديد من هذه المنتجات الرقمية قد طعنت في الوضع الراهن في امازون وغيرها من الشركات على سبيل المثال الكتب الاليكترونية لأمازون تفوقت على كتبها المادية سنة 2011.

تجربة العميل تجسد ماهي عليه لتكون عميلا رقميا لمؤسستك، سواء كان ذلك شراء منتجات رقمية او مادية تشمل تجربة عملاء امازون موقع الويب والعمليات التجارية الرقمية التي تمس العميل مثل عربة السوق وخيارات الدفع، بالإضافة الى الرسائل، مثل تنبيهات التسليم واقرارات البريد الاليكتروني. تشمل التجربة أيضا شركة امازون المتطورة التي انشأها العملاء، المحتوى: تقييمات ومراجعات منتجات العملاء مثل البحث، سرد مفصل لعمليات الشراء والتوصيات المخصصة.

تكون المنصة من مجموعة متماسكة من العمليات التجارية الرقمية والبيانات والبنية التحتية؛ وتحتوي مكونات داخلية وخارجية قد يقدم كلاهما محتوى رقمي الى العميل بالإضافة الى إدارة المنتج والتسليم الى العميل.

تتضمن نماذج منصات امازون الداخلية بيانات العملاء وجميع الاعمال والعمليات التي لا تمس العميل مثل: تحليلات العملاء، الموارد البشرية التمويل، التجارة وتتضمن المنصات الخارجية الهواتف والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها المستهلكون للبحث وشراء المنتجات جنبا الى جنب مع شبكات الاتصالات وشراكات امازون مع شركات التوصيل مثل UPS التي تقدم منتجات مادية وتقوم بإنشاء رسائل نصية عند التسليم. تتكامل كل هذه الأنظمة الأساسية الخارجية بدقة مع الأنظمة الأساسية لشركة Amazon. وإعادة استخدامها للمنصات الرقمية عبر المؤسسة بدون مثل هذه المنصات المشتركة فإن وحدات تكنولوجيا المعلومات تتخذ حلا جديدا لكل احتياج في العمل وإنشاء ترتيب يشبه "السباغيتي" للأنظمة تلبية احتياجات عملاء معينين لكنها عالية الثمن وهشة ولا تفعل على مستوى المؤسسة والأسو من ذلك أن (تجربة) العميل تنتشتت من تجربة قائمة على المنتج بدلا من تجريب منتجات متعددة وموحدة (Weill &

Stephanie, 2013)

## 2- أنواع نماذج الأعمال الرقمية:

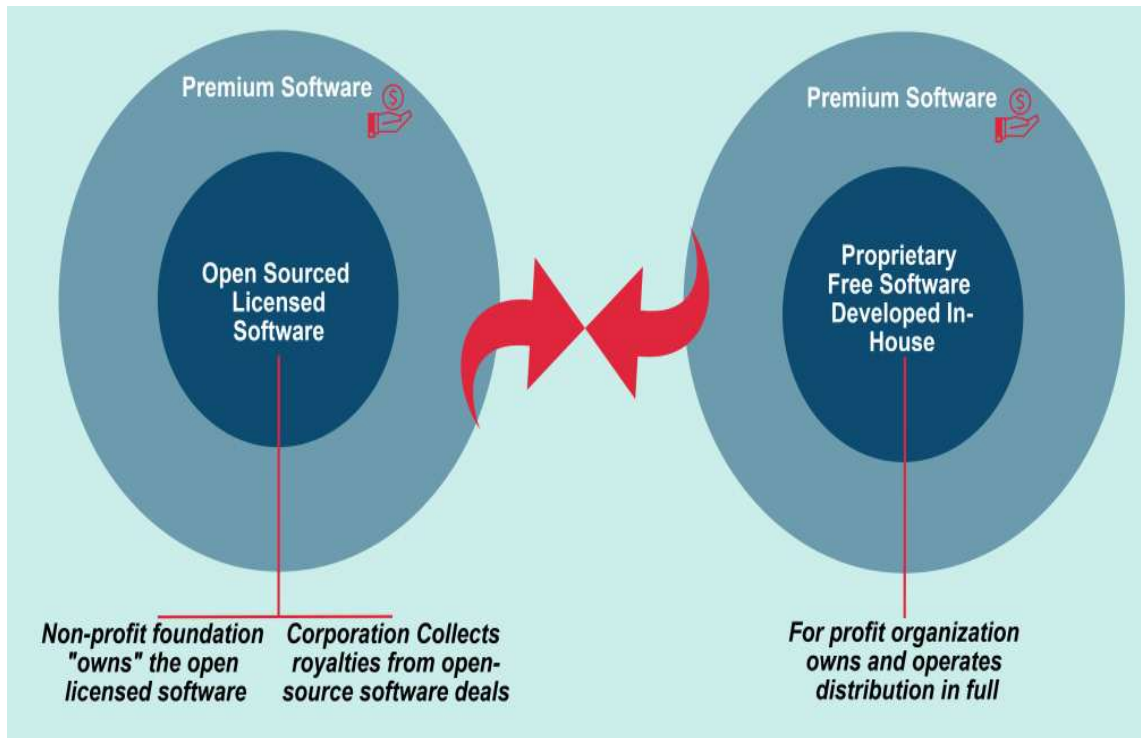
فيما يلي بعض أنواع نماذج الاعمال الرقمية (يمكن أن تسمى أيضا نماذج أعمال عند مزجها بالمنتج والتوزيع وعرض القيمة).

✓ مفتوح المصدر.

- ✓ الحر.
- ✓ فريميوم.
- ✓ الإشتراك.
- ✓ على الطلب.
- ✓ واحد لواحد (نموذج نظير لنظير).
- ✓ التجارة الإلكترونية.
- ✓ الإعلان.
- ✓ الإيرادات المخفية.

#### 1-4 نموذج مفتوح المصدر:

شكل 04: مفتوح المصدر.



Source : Gennaro, Cuofano, <https://fourweekmba.com/digital-business-models,20> Avril 2021 à 10 :00 h.

إن نموذج مفتوح المصدر هو نموذج مرخص وعادة ما يتم تطويره وصيانته من قبل جماعة من المطورين المستقلين، بينما يتم تطوير نموذج الأعمال المجانية داخليا (فريميوم) وبذلك يمنح فريميوم للشركة التي طورته سيطرة كاملة على توزيعه.

في نموذج مفتوح المصدر يتوجب على الشركة الربحية توزيع نسخها المتميزة وفقا لنموذج الترخيص مفتوح المصدر الخاص بها.

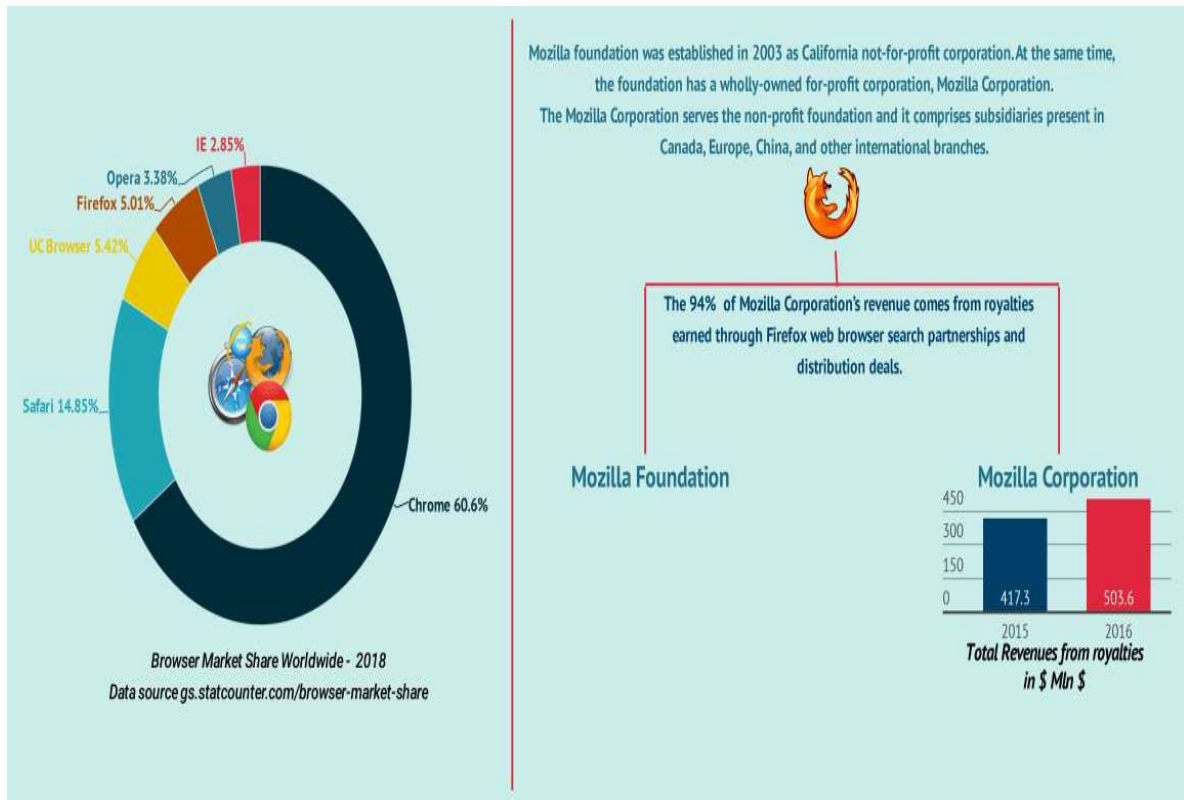
نموذج مفتوح المصدر يجعل الوصول إلى البرنامج مجانيا وعموما يعطي القدرة لمجتمع المبرمجين للمساهمة فيه هذان المكونان ضروريان فالمجاني يجعله ينتشر بسرعة كبيرة والجانب المجتمعي منه هو ما يحدد نجاحه في النهاية.

مفتوح المصدر ليس نموذجا يمكن للشركات الاستفادة منه لبناء نموذج أعمال مستدام، حيث تعمل شركات مثل Red Hat على سبيل المثال على جني الأموال عن طريق فرض اشتراكات متميزة من أجل التدريب والخدمات المرتبطة ببرمجيات مفتوحة المصدر.

في الواقع سنة 2018 حققت شركة Red Hat إيرادات تجاوزت 2.9 مليار دولار، منها 257 دولار من الاشتراكات و346 مليون دولار من التدريب والخدمات. كما ان Red Hat ليست الطريقة الوحيدة الممكنة لتحقيق دخل من برنامج مفتوح المصدر.

على سبيل المثال لقد غطينا بالفعل نموذج أعمال موزيلا وكيف أن جانبه الربحي يحقق أرباحا من خلال شركات بحث متصفح الويب Firefox وصفقات التوزيع.

### شكل 05: نموذج أعمال Mozilla



Source : previous source.

وفقا ل stat Counter في سنة 2008 سيطر Mozilla Firefox على 26% من سوق المتصفحات اليوم نظرا لهيمنة google chrome و safari على السوق تمتلك Mozilla حصة سوقية تبلغ 5%. بالعودة إلى دراسة حالة Red Hat من خلال النظر في تقريرها السنوي. تشرح Red Hat نموذج أعمالها على النحو التالي:

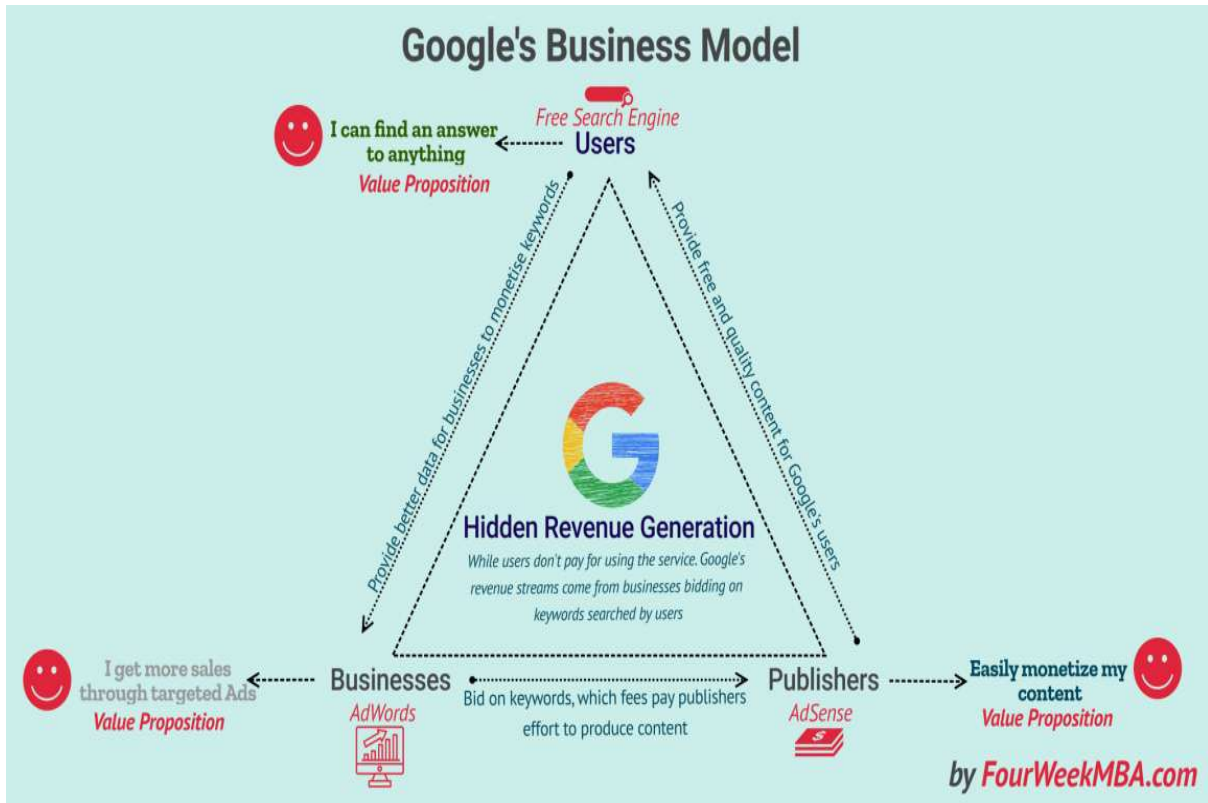
- ✓ **التطوير:** نحن نستخدم نموذج تطوير مفتوح المصدر الذي يسمح باستخدام المدخلات الجماعية والموارد والمعرفة للمجتمع العالمي من المساهمين الذين يمكنهم التعاون لتطوير البرامج وصيانتها وتعزيزها لأن شفرة المصدر التي يمكن قراءتها بواسطة الإنسان لهذا البرنامج متاحة للجمهور وتسمح التراخيص بالتعديل.
- ✓ **الترخيص:** نقوم عادة بتوزيع عروض البرامج الخاصة بنا بشكل أساسي بموجب تراخيص مفتوحة المصدر التي تسمح بالوصول إلى رمز مصدر البرنامج الذي يمكن للبشر قراءته.
- ✓ **الاشتراكات:** نحن نقدم عروض البرامج الخاصة بنا بشكل أساسي بموجب اشتراكات سنوية أو متعددة السنوات وكذلك عند الطلب من خلال موفري الخدمات السحابية المعتمدون. لذلك كما هو موضح في تقريرها السنوي بفضل نموذج الأعمال مفتوح المصدر تتمتع Red Hat بثلاث مزايا رئيسية:
- ✓ تطور سريع وفعال من خلال مجتمع عالمي من المساهمين المؤهلين الغير مدرجين في الميزانية العامة للشركة.
- ✓ التوزيع عن طريق الترخيص المجاني لبرامجها.
- ✓ الاشتراكات مدفوعة للعملاء المتميزين.
- ✓ إن بناء نموذج قائم على المصدر المفتوح ليس بالأمر السهل ويعتمد نجاحه بشكل كبير على قدرة المشروع على مجتمع المطورين والمساهمين في العمل على شيفرة المصدر لتحسينها وجعلها قيمة.
- ✓ كذلك في مثل هذا النموذج توفر الخدمة المجانية تسويقا قويا للمنتج، ولكن هذا لا يترجم بالضرورة في إيرادات الشركة على سبيل المثال استخدمت Hut Red في سنة 2018 1.2 مليار دولار في نفقات المبيعات والتسويق لتوزيع اشتراكاتها المدفوعة.
- ✓ ويمثل ذلك 41% من اجمالي إيراداتها التي تتألف بشكل اساسي من الرواتب والتكاليف الأخرى المرتبطة بموظفي المبيعات والتسويق ولجان المبيعات والسفر والعلاقات العامة والموارد التسويقية والمعارض التجارية.

#### 1-4- النموذج الحر (المجاني):

أصبح النموذج المجاني منتشرًا على الويب بدايةً من استمرار Netscape. قامت الشركات ببناء منتجات رائعة وأصدرتها مجانًا على أمل أنه بمجرد أن يعتاد عليها عدد كافي من الأشخاص لن يكون لتحقيق الدخل مشكلة.

بينما كان هذا النموذج يعمل بشكل جيد مع المنتجات التي توسعت بسرعة. قامت بجمع الاستثمارات للحفاظ على بنيتها التحتية على المدى القصير ثم وجدت استراتيجية لتحقيق الدخل. بدأت شركات مثل google و Facebook بهذه الطريقة حيث أطلقوا خدمة مجانية لقاعدة أكبر وحجم أكبر من المستخدمين حيث. استقطبت المستثمرين الأوائل ثم أصحاب رأس المال المغامر ثم اضطروا إلى اللجوء سريعًا إلى نموذج الإعلان لتحقيق الدخل من مستخدميهم لتجنب تركهم بدون نقود أو مستثمرين.

شكل 06: نموذج أعمال google.



Source : previous source.

وبالتالي بينما تسمح الخدمة المجانية على مستوى التسويق، لا يزال يتعين على الشركة معرفة كيفية تحقيق الدخل من الخدمة المقدمة وعادة ما تكون هناك عدة طرق:

- ✓ إصدار أساسي من المنتج وإصدار مدفوع أكثر تقدماً (نموذج مجاني).
- ✓ يحصل أحد الجانبين على الخدمة مجاناً ويمولها للجانب الآخر (نموذج غير متماثل).
- ✓ مواد تدريبية أو منتجات معلومات مجاورة للموضوع الأساسي للمنتج (النموذج التعليمي).
- ✓ خدمة أساسية مجانية وخدمة مدفوعة أكثر تقدماً (نموذج الاستخدام).

✓ لوحة وظائف تربط الأشخاص المهوبين بالموظفين (نموذج لوحة الوظائف).

## 5-1 الفريميوم:

شكل 07: نموذج عمل فريميوم.



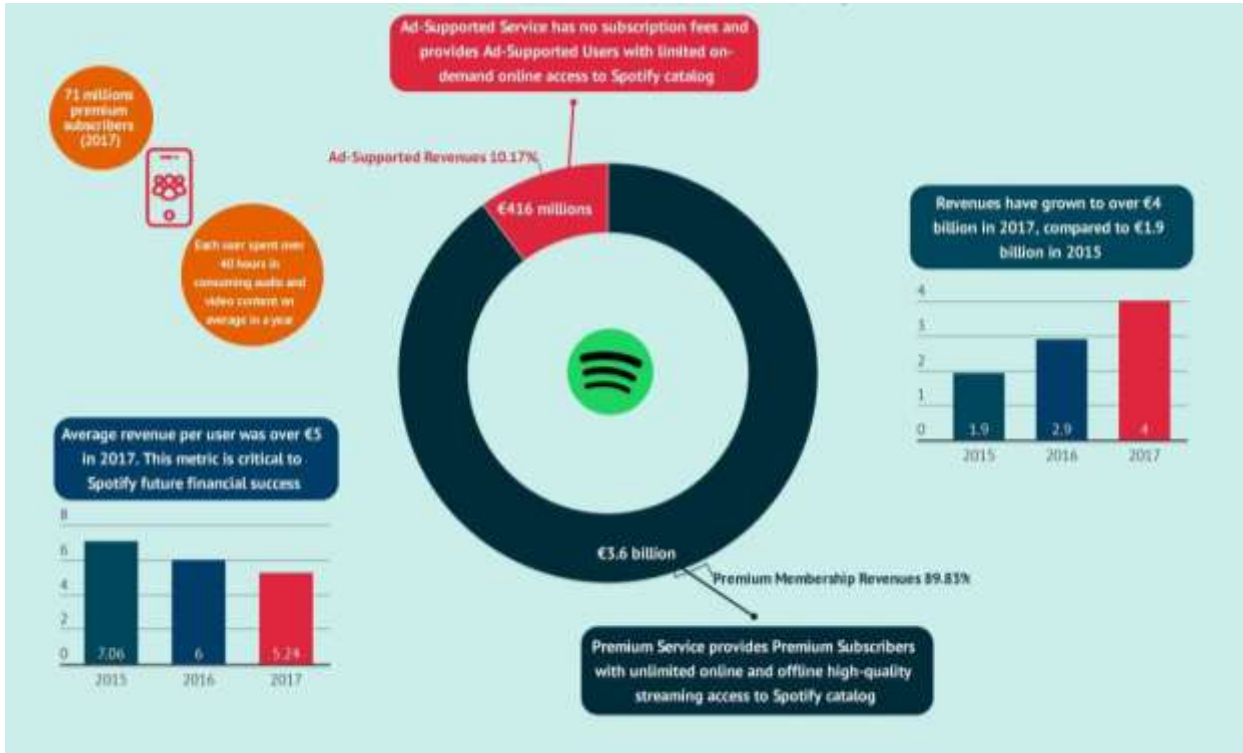
Source : previous source.

عادة ما يكون نموذج الفريميوم استراتيجية للنمو والعلامة التجارية يتم توفير خدمة مجانية لأغلبية المستخدمين بينما تتحول نسبة صغيرة من هؤلاء المستخدمين إلى عملاء يدفعون إما من خلال التسويق أو قمع المبيعات. والمستخدمون المجانيون الذين لا يقومون بالتحول إلى عملاء يساعدون على نشر العلامة التجارية.

اكتسب نموذج فريميوم شعبية كبيرة في العقد الماضي والسبب بسيط يسمح هذا النموذج بنمو معدل انتشار عالي حيث أدت حالات مثل Dropbox و Mail chimp و Spotify والعديد من الحالات الأخرى إلى خلق نمو فيروسي بفضل هذه النماذج.

وفي جوهره يحتوي نموذج فريميوم على نسخة مجانية متاحة لأي شخص بدون احتكاك حيث يطالب داخل هذه الخدمات المجانية بالتبديل إلى الاشتراكات المدفوعة للحصول على مزيد من الحجم أو عدم الإعلان أو المزيد من البيانات.

## شكل 08: نموذج عمل Spotify.



Source : previous source.

Spotify هو سوق ذو وجهين يواجه الفنانين ومشجعين الموسيقى على منصة واحدة، تأسس سنة 2008 مع الاعتقاد بأن الموسيقى يجب أن تكون متاحة عالميا بتجربة سلسلة تعتمد على الصوت والفيديو، وقد حققت أكثر من 4 مليارات يورو سنة 2017 منها 90% تقريبا على أساس العضويات المميزة و10% على أساس الخدمة المجانية المدعومة بالإعلانات. سجلت الشركة خسارة تشغيلية قدرها 378 مليون يورو سنة 2017.

## 1-5- نموذج الاشتراك:

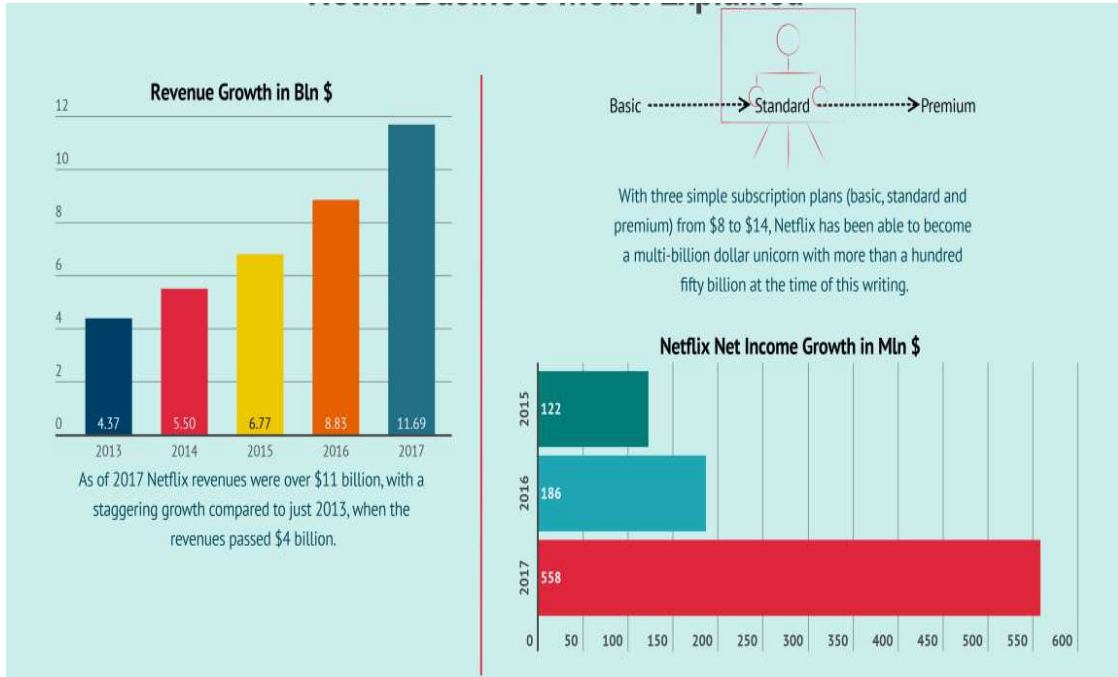
نحن نعيش في ظل اقتصاد تشاركي أكثر الخدمات الترفيهية والمتمحورة حول العملاء والتي نعرفها اليوم من Netflix إلى Spotify و Amazon prime تتبع نموذج الاشتراك. يمكن أن يكون هذا النموذج قويا جدا لأنه يحمل بعض المزايا المتضمنة:

- قاعدة مستخدم مخلص.
- تدفق مستمر من الإيرادات المتوقعة.
- خطوط مبيعات أكثر قابلية للتنبؤ.

باختصار العديد من الشركات "تتشارك" في هذا النموذج لأنه يسمح لها ببناء تدفق مستدام للإيرادات بمرور الوقت ومع ذلك من الضروري ملاحظة ان انشاء هذا النوع من نماذج الاعمال ليس بالعمل البسيط. في الواقع تنفق شركات مثل Netflix و Spotify مليارات الدولارات في إنتاج محتوى أصلي يمكن أن يجعل هؤلاء المشتركين يرغبون في تجديد خطتهم.



## شكل 09: نموذج الاشتراك.



Source : previous source

Netflix هي خدمة الاشتراك التي تغير الطريقة التي تستهلك بها الوسائط التقليدية من سلسلة من Stranger things. Blackmyrer و Narcos. تمكنت Netflix من أن تصبح عملاق صناعة الاعلام، مع أكثر من مائة وخمسين ألف عضو في جميع أنحاء العالم. عادة النموذج الذي يعتمد على الاشتراك يتطلب أيضا استثمارات أساسية في البنية التحتية، لأن ما يجعل الخدمات مقدمة من خلال هذا النموذج هو قدرة تلك المنصات على معرفة ما يجب مشاهدته أو الاستماع إليه بدقة بعد ذلك.

أيضا ستحتاج إلى بناء عملية تميل نحو تجربة عملاء رائعة لتفعيل معدلات التغيير وتحسين قيمة العميل مدى الحياة، عندما تكون تكلفة CAC أو تكلفة اكتساب العميل أعلى من القيمة الدائمة لعملائك فسيتم إفلاس عمك قريبا.

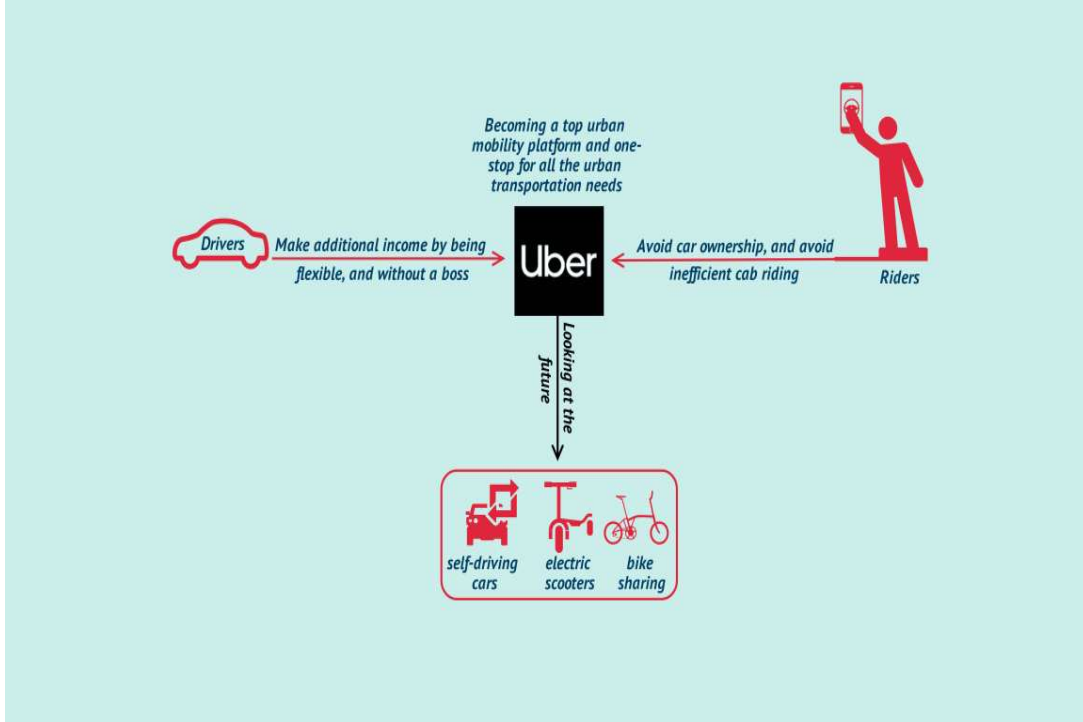
### 1-6- نموذج على الطلب:

سمح الويب أخيرا للأشخاص باستهلاك المحتوى وفقا لسرعتهم وجدولهم الزمني، ما لم تنجزه وسائل الإعلام مثل التلفزيون والراديو حققه الويب، حيث يسمح الاستهلاك عند الطلب للأشخاص بالوصول إلى المحتوى في فترات زمنية مختلفة.

أيضا، لم يعد من المنطقي بعد الآن أن يكون لديك منتج واحد أو عرض خدمة واحدة لأي شخص على نطاق واسع بفضل نموذج على الطلب. وهذا صحيح بالنسبة للمحتوى أو أي نوع آخر من الخدمات. قامت Netflix بعرض هذا النموذج عندما تمكنت من إتاحتها في أي وقت من خلال النظام الأساسي.

قامت حتى الآن خدمات مثل Uber و lifstalo أيضا ببناء نجاحها من خلال نموذج عند الطلب نظرا لأن المنصات التكنولوجية تسمح للناس بالتفاعل الفوري، فإنه يجعل هذه الأنواع من الخدمات ممكنة. في الواقع تنفق شركات مثل Spotify و Netflix مليارات الدولارات في إنتاج محتوى أصلي يمكن أن يجعل هؤلاء المشتركين يرغبون في تجديد خطتهم.

### شكل 10: نموذج عمل Uber.



Source : previous source

تتبع Uber نموذج عمل أصبح شائعا في عصر الابتكار التكنولوجي. هذا يسمى السوق ذو الوجهين ولديه فرضية بسيطة، يمكنك إنشاء منصة تتمتع بتجربة مستخدم رائعة بعض عناصر التحفيز تسهل عملية التواصل بين طرفي الصفقة ويحدث هذا خاصة في الصناعات التي يتم فيها منع هذين الجانبين من التعامل حيث تتم السيطرة على الصناعة من قبل طرف ثالث، والذي استحوذ على معظم أرباح هذه الصناعة. وعندما تتم إزاحة هذا الطرف من السوق ذو الوجهين يقوم صاحب المنصة بتحصيل رسوم من كلا طرفي الصفقة.

يمكن تحقيق الدخل من نموذج عند الطلب بطرق مختلفة من الاشتراكات إلى الرسوم لكل صفقة على المنصة والعامل الحاسم هو أن تخلق تجربة مستخدم سلسة والتي بالكاد تدرك أن هناك شخص ما لديه دخل في تصنيع الخلفية لهذه التجربة

### 1-7- نموذج نظير لنظير (سوق ذو طرفين):

سوق نظير لنظير هو عبارة عن منصة يشارك فيها جانبان عادة في الصفقة، والتي يمكن أن تكون حول المنتجات (Etsy) أو الخدمات (Uber, Aibnb, LinkedIn).

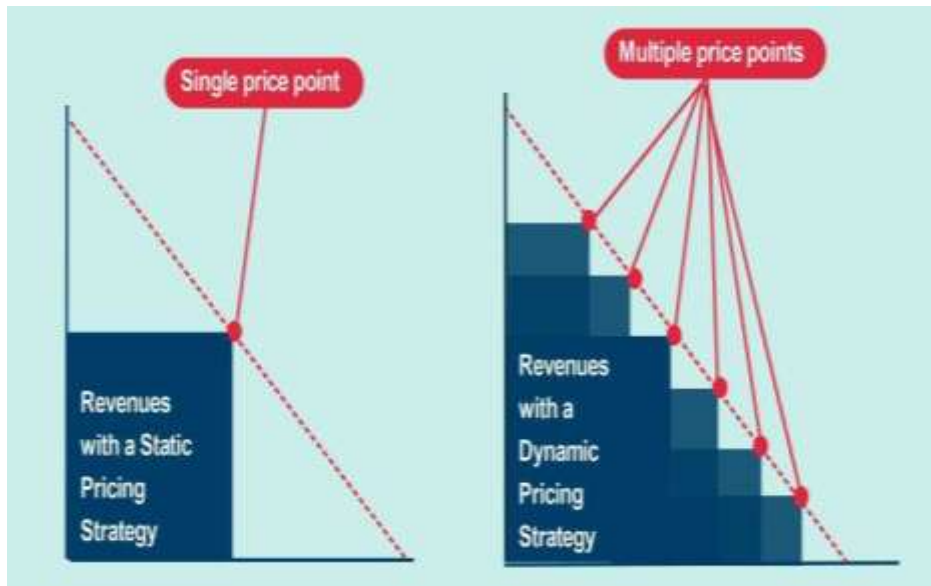
غالبا ما يقع سوق نظير لنظير في معضلة عندما يحتاج السوق إلى تفاعل كلا الطرفين للعمل، حتى الآن التناقض هو أنه لكي يكون لديك طلب على المنصة فإنك تحتاج إلى عرض متولد ومستمر، في نفس الوقت للحصول على العرض تحتاج إلى خلق الطلب.

تخيل حالة Uber تعمل المنصة بمجرد وجود عدد كاف من السائقين على الطرفين لتقديم خدمة مناسبة عند الطلب عندما يحتاجها الركاب ومع ذلك يواجه سوق نظير لنظير في العادة العديد من التحديات في التأكد من تقديم جانب العرض بشكل كاف لتبرير الطلب لذلك فإن هذا السوق يواجه تحديات في التأكد من أن جانب العرض يقدم بشكل كاف لتبرير الطلب.

تواجه كل من Uber و Airbnb و Etsq هذه المشكلة على سبيل المثال تستخدم أوبر العديد من الإستراتيجيات لتعزيز توفير السائقين على نظامها باستخدام إستراتيجيات التسعير المفاجئ.

التسعير الديناميكي هو عبارة عن ممارسة الحصول على نقاط أسعار متعددة بناءً على عدة عوامل، مثل شرائح العملاء، وأوقات الذروة للخدمة والاستهلاك المرتكز على الوقت الذي يسمح للشركة بتطبيق التسعير الديناميكي لتوسيع توليد إيراداتها. وبالتالي، عندما تطبق الشركة التسعير الثابت في نفس مستوى السعر عتى أي عميل وظروف السوق. في إستراتيجية التسعير الديناميكي، تطبق الشركة أسعار متعددة قائمة على عدد قليل من العوامل الحاسمة للأعمال.

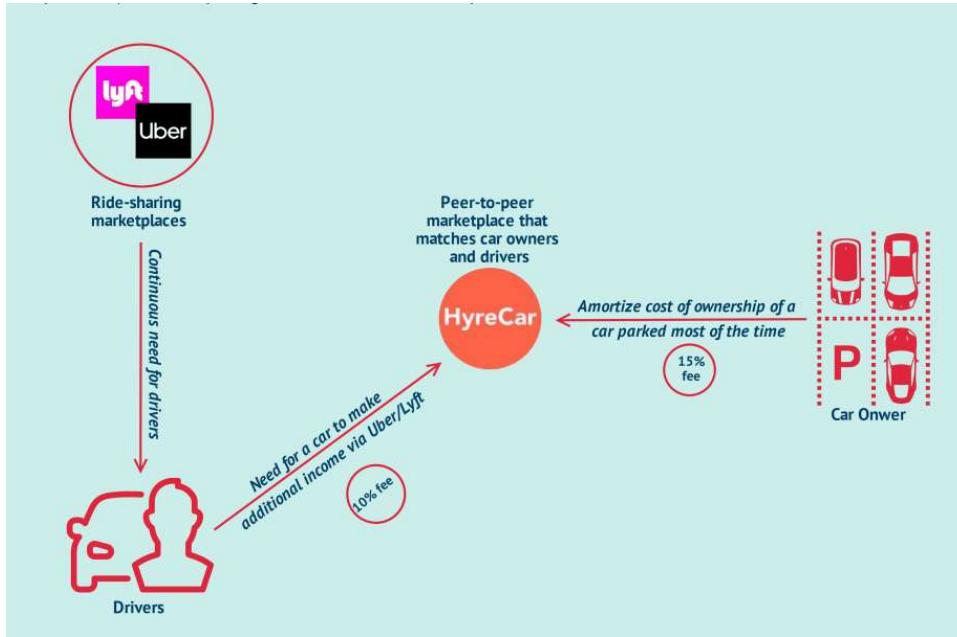
شكل 11: آلية التسعير.



Source : previous source

يمكنك تقدير أهمية توفير برامج التشغيل ل أوبر من خلال حقيقة أن الشركات مثل HyreCar قد قامت ببناء عرض القيمة بالكامل بناء على ندرة العرض في أوبر.

## شكل 12: نموذج HyreCar



Source: previous source

HyreCar هو سوق نظير لنظير حيث يمكن لمالكي السيارات استئجار سياراتهم العاطلة للسائقين الذين يرغبون في تحقيق دخل إضافي عبر خدمات مشاركة الركوب مثل Uber و Lyft كسوق من جانبيين تجني HyreCar المال من خلال فرض رسوم على السائقين على التأمين المباشر و 10% من حساب الإيجار الأسبوعي وأخذ 15% رسوم من أصحاب دخل الإيجار الأسبوعي.

### 1-8- نموذج التجارة الإلكترونية:

كانت شركة Amazon من أوائل الشركات التي أثبتت أن الويب لم يكن مصنوعاً من أجهزة كمبيوتر متصلة فقط. ولكن من أشخاص مستعدين لشراء أشياء مادية عليها. حيث بدأت كمتجر للكتب وسرعان ما تفرعت الشركة لبيع الموسيقى والمنتجات ذات الصلة في أصبح متجراً لكل شيء.

## شكل 13: نموذج عمل Amazon



Source : previous source

اليوم يتم اعتبار نموذج أعمال التجارة الإلكترونية من المسلمات وهو من بين أكثر نماذج الأعمال الرقمية استخداماً.

## 2-8 نموذج دعم الإعلانات:

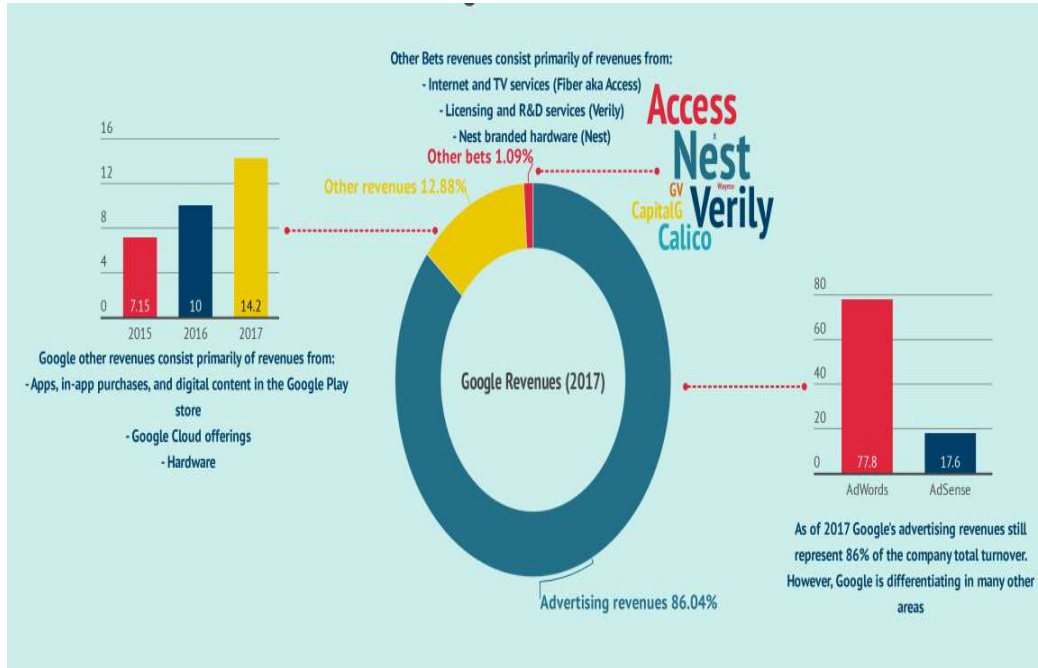
إذا كانت أمازون قد أثبتت أو الويب يمكن أن يصبح متجراً لكل شيء فإن شركة غوغل هي التي غيرت الطريقة التي يمكن بها استهلاك الوسائط (أجهزة الإعلام) بدلاً من مجرد كتابة عنوان موقع ويب في متصفح. حيث يمكن للأشخاص البحث عن أي شيء يريدونه

قامت غوغل بجعل كل خدماتها وتطبيقاتها مجانية تماماً بينما على الجانب الآخر قامت بتحقيق الدخل من البيانات الملتقطة عبر صفحات محرك البحث الخاصة بها باستخدام شبكة إعلانية تسمى AdWords (الآن إعلانات غوغل).

عندما تم طرح google lop مرة أخرى في عام 2004 أظهر لعالم الأعمال مدى قوة نشاط الإعلان الرقمي في الواقع في غضون بضع سنوات تجاوزت Google علامة المليار دولار، في عام 2017 تجاوز نشاطها الإعلاني علامة 110 مليارات دولار.

للتأكيد في حين أنه قد يكون من السهل إنشاء نشاط تجاري للإعلان الرقمي إلا أنه ليس من السهل تشغيله وتحقيق ربحية، ما لم تكن google أو Facebook مع الأسواق الإعلانية المهيمنة، فلن تتمكن على الأرجح من جني الأموال من خلال الإعلانات وحدها إلا إذا كان لديك قاعدة مستخدمين كبيرة جداً.

## شكل 14: إيرادات Google 2017.



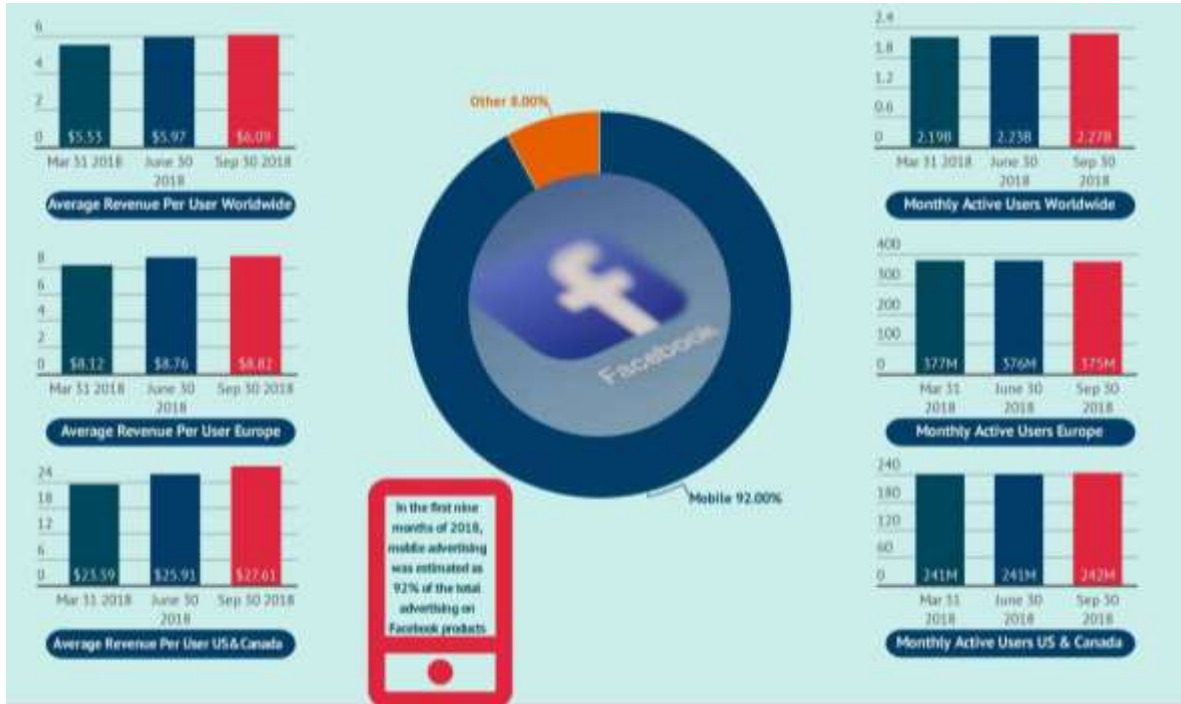
Source: previous source

تجني غوغل الأموال بشكل أساسي من خلال شبكتها الإعلانية التي حققت في عام 2017 86% من إيراداتها. بعد ذلك كان الجانب الآخر من الأعمال ما يقرب 13% من عائداته عام 2017 يتألف من أموال من التطبيقات وعمليات الشراء داخل التطبيق والمحتوى الرقمي في متجر google Play وعروض google cloud ومنتجات الأجهزة. الجزء المتبقي ينسب إلى "رهانات أخرى" من google وهي مجموعة من الشركات المحفوفة بالمخاطر والتي تراهن عليها google.

## 2-9- نموذج توليد الدخل الخفي:

يدور نموذج توليد الدخل الخفي حول جني الأموال من الأشخاص الذين يستخدمون خدمتك دون ان يدركوا هذا الامر كثيرا. مثال رائع لهذا فاييبوك وغوغل. إذا سألت عن معدل استخدام فاييبوك أو غوغل فلن تعرف كيف تستثمر الشركة. وذلك لأن هذه الشركات استثمرت موارد ضخمة في خلق هذا النوع من الخبرة.

## شكل 15: متوسط إيرادات نموذج أعمال Facebook



Source: previous source

في الأشهر التسعة الأولى من سنة 2018، قدرت إعلانات الهاتف المحمول بنسبة 92% من إجمالي الإعلانات على منتجات فايسبوك. حيث انخفض عدد المستخدمين النشطين شهريا من 376 مليونا إلى 375 مليونا في أوروبا وفي الولايات المتحدة الأمريكية وكندا. زاد عدد المستخدمين من 241 مليون إلى 242 مليونا في نفس الوقت ارتفع متوسط الإيرادات لكل مستخدم في جميع أنحاء العالم. إلى جانب الضجة التي حدثت 2018، فإنه يبدو أن نموذج أعمال فايسبوك (في الوقت الحالي) لن يتزعزع. فالأمر كله يتعلق بخط الأشياء للعثور على وصفتك الخاصة.

كل نموذج رأيناه أعلاه ليس نموذجا عمل كاملا يمكن تطبيقه بالكامل على الشركة، وغالبا ما تكون الأعمال ثمرة مزيج من عدة أجزاء، على سبيل المثال يعد كل من Uber و Airbnb سوقين حسب الطلب من نظير لنظير.

أمازون هي منصة تجارة إلكترونية، استفادت طوال سنوات من الشركات التابعة لتدوير دولاب موازنتها.

تستخدم العديد من الشركات التي قمنا بتحليلها في جميع أنحاء المقالة عدة نماذج لبناء نموذج أعمال ناجح، على سبيل المثال تستفيد غوغل من نموذج مفتوح المصدر لبعض منتجاتها بينما تستمر منتجها الأساسي (محرك البحث) بنموذج إيرادات مخفي، كما أنها تستفيد من جعل منتجاتها مجانية للكتل الكبيرة لاكتساب قوة دفع سريعة وجعل منتجاتها معيارا.

وبالتالي فإن العثور على نموذج عملك الرقمي سيتطلب وقت رد فعل العملاء والرؤية وفهم السوق الحالية وإمكانية فتح أسواق جديدة. (Gennaro, 2020)  
\*بالإضافة للأنواع السابقة هنالك نماذج أعمال رقمية أخرى و هي كالتالي :

### 1-النموذج البيئي:

تعتبر النظم البيئية واحدة من أكثر نماذج الاعمال الرقمية تعقيدا ولكنها تعتبر أيضا اقوى نماذج الاعمال الرقمية في الوقت الحالي. حيث يستفيد منسقي الخدمة البيئية مثل Amazon، Ali baba، tesla، appel،google ، وغيرهم من العملاء مع خدمات مختلفة عبر منصات مختلفة من خلال المعرفة والبيانات. ويمكنهم بعد ذلك زيادة مبيعاتهم عبر العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد بسبب تأثيرات "تأمين البائع" التي تخلفها نظمهم البيئية.

فكر فقط في الخدمات التي تستخدمها كل من غوغل، أبل، امازون، علي بابا وغيرهم، ومدى صعوبة ترك نظامهم البيئي الرقمي. ان تأثير هذا التأمين هو أيضا محرك كبير للإيرادات المستقبلية. لكن لا يتوجب عليك ان تكون منسق للنظام البيئي فربما تكون مستخدم للنظم البيئية او توفر وحدات لنظم بيئية. هنالك مثال جيد لموفر الوحدات وهي pay Pol التي تتيح الدفع السلس لنماذج اعمال رقمية وأنظمة بيئية مختلفة.

### 2-نموذج المشاركة:

يتعلق هذا النموذج بالمشاركة لكن بطريقة تجارية. حيث يسمح لك هذا النظام بالدفع للحصول على منتج أو خدمة أو عرض لفترة زمنية محددة دون امتلاكها فعلا، حيث يمكن أن يكون هذا استئجار سيارة مثل zip car أو استئجار شقة مثل Airbnb أو حتى آلة صناعية. يعتبر هذا أكثر نماذج الاعمال ازعاجا نظر لأثاره على الملكية والإيرادات الناتجة التي يمكنك تحقيقها، حيث يمكن ان تصبح سيارة فجأة مصدرا لتدفق الدخل بدلا من مجرد مولدة تكاليف.

### 3-نموذج التجربة:

هو عبارة عن إضافة خبرة الى المنتجات التي تكون غير قابلة للاستخدام بدون التقنيات الرقمية. أحد أمثلة هذا النموذج هو tesla التي جلبت تجربة رقمية جديدة كليا الى صناعة السيارات من خلال إضافة خدمات رقمية في نظام بيئي رقمي لسياراتهم، والذي أصبح الان محركا رئيسيا لنموذج أعمالهم. (Benjamin, 2021)

## خامسا: أبعاد القيمة والممكنات الرقمية للنماذج الأعمال

### 1-أبعاد القيمة الأربعة:

لوصف عملية إنشاء القيمة العامة وآليات الاستحواذ على الشركات المتمكنة رقميا. نقوم بتنسيق أبعاد القيمة لنماذج العمال الرقمية التي حددها كل من AL-Deber و AVison (2010)، حيث تم تحديد 22 تعريفا مختلفا لنماذج الأعمال والتي تم تحديدها بشكل أكبر في تصنيف يضم 19 فئة.



من بين فئات نماذج الأعمال الـ 13 هذه ثم اشتقاق أربعة أبعاد شاملة والتي تمثل العناصر الأساسية لنموذج الأعمال بين الشركات الرقمية:

منطق خلق القيمة، (2) آليات حصد القيمة، (3) هندسة توزيع القيمة، وأخيرا (4) شبكة أصحاب مصلحة القيمة.

✓ إن منطق خلق القيمة يصف الأنشطة الأساسية للمؤسسة الرقمية أثناء تقديم منتجاتها وخدماتها. يؤدي خلق القيمة في فئة شبكة القيمة إلى إنشاء وساطة فعالة بين مختلف أصحاب المصلحة. وتقوم الشركات في فئة متجر القيمة بحل المشكلات، في حين تقوم الشركات في مجموعة سلسلة القيمة بتحويل المدخلات إلى مخرجات قيمة بطريقة فعالة ومتسلسلة.

✓ إن آليات الاستحواذ على القيمة تقوم بوصف منطق المنظمة الرقمية في كيفية استخلاصها للقيمة من خلق القيمة الخاص بها (عل سبيل المثال رسوم الشحن).

✓ إن هندسة توزيع (تسليم) القيمة هي صعوبة تكرر القدرات التنظيمية وتكوينات موارد الشركة. وبالتالي هو يمثل الحدود المعمارية وتنظيمها. يعني كيفية خلق الشركات الرقمية للقيمة واكتسابها.

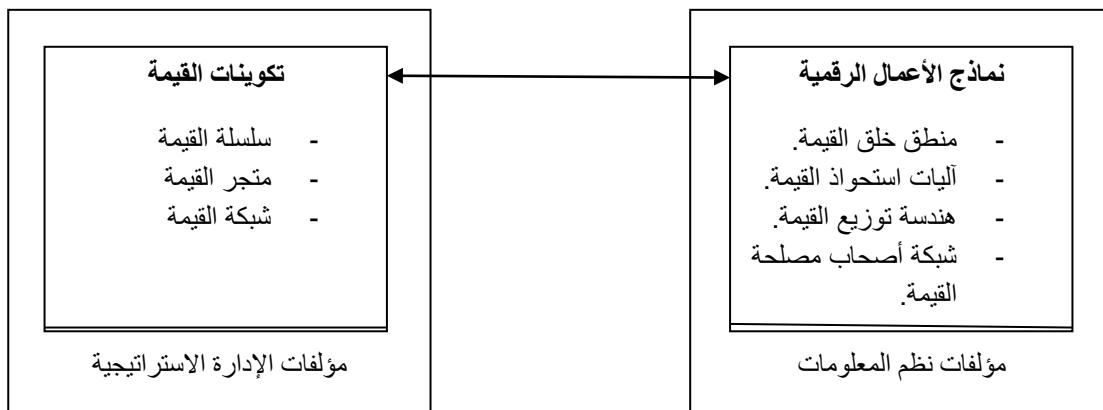
✓ معظم الشركات المتمكنة رقميا تستخدم أدوات (مثل المنصات الرقمية) من أجل تقديم القيمة

✓ تقدم شبكة أصحاب مصلحة القيمة نظام يركز على نمطية التداخل حيث تقوم العديد من الشبكات المترابطة بالمساهمة والتوسط في المكونات (الموارد) والوحدات لاشتقاق (استمداد) القيمة بطريقة منسقة (مثل شبكة أعمال البيبتكوين).

✓ لفهم كيفية ارتباط أبعاد القيمة الربعة المذكورة أعلاه وتكوينات القيمة الثلاثة المترابطة والمتشابهة، نحن نعيد تصور هذين المفهومين في نموذج موحد (شكل 16) والذي يعمل كعدسة تحليلية لمجموعة بياناتنا.

(Erol, Chee, & Erik, 2015)

### الشكل 16: الإطار التحليلي: خلق القيمة واستحواذها في نماذج الأعمال الرقمية.



**Source:** Erol, Kazan and al, value creation cryptocurrency networks: towards a taxonomy of digital business models, 2015, p07.

**2- مستويات المهارات الرقمية:**

يلخص هذا الجزء أنماط المهارات الرقمية بحسب المستوى: الأساسية والمتوسطة والمتقدمة:

**2-1- المهارات الأساسية:** تمكنا المهارات الرقمية الأساسية من العمل عند المستوى الأدنى في إطار المجتمع. وهي مهارات أساسية لأداء مهام أساسية، فهناك إجماع متزايد على أن الأداء الرقمي الأساسي يقابل معرفة أساسية تحتل مكانا إلى جانب المعرفة الكتابية والحسابية التقليدية وتشمل المهارات الأساسية المعدات (من قبيل استخدام لوحة المفاتيح وتشغيل تقنية لمس الشاشة) والبرمجيات (من قبيل معالجة الكلمات وإدارة الملفات في الحواسيب وإعدادات الخصوصية في الهواتف المتنقلة) والعمليات الأساسية عبر الإنترنت (من قبيل استعمال البريد الإلكتروني أو البحث أو استيفاء استمارة عبر الإنترنت). والمهارات الأساسية تثري حياتنا وتمكنا من التفاعل مع الآخرين ومن الوصول إلى الخدمات الحكومية والتجارية والمالية.

**2-2- المهارات المتوسطة:** تمكنا المهارات المتوسطة من استخدام التقنيات الرقمية بأساليب أكثر فائدة وجدوى، بما في ذلك القدرة على تقييم ناقد للتكنو لوجيا واستحداث المحتوى وهي مهارات جاهزة لفرص العمل فعليا لأنها تشمل المهارات اللازمة لأداء مهام مرتبطة بالعمل، من قبيل النشر المكتبي والتصميم البياني الرقمي والتسويق الرقمي. وهذه المهارات في معظمها عمومية، بمعنى أن إتقانها يعد الأفراد لطائفة واسعة من المهام الرقمية اللازمة للمشاركة كمواطنين ملتزمين وعمال منتجين. بيد أن هذه المهارات ليست منيعة من التغيير. بل إن إحدى خصائص المهارات المتوسطة على وجه الخصوص هي انها تتوسع لكي تستوعب ما يطرأ من تغيرات في التكنولوجيا. مثال ذلك، تحتل مهارات معاملة البيانات مكانة أبرز نظراً لأن ثورة البيانات تكتسب المزيد من الزخم، مما يولد الطلب على المهارات اللازمة لإنتاج كميات ضخمة من البيانات وتحليلها وتفسيرها وتصورها.

**2-3- المهارات المتقدمة:** المهارات المتقدمة هي المهارات التي يحتاجها المتخصصون في مهن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل البرمجة الحاسوبية وإدارة الشبكات. وعلى الصعيد العالمي، سوف تشهد السنوات المقبلة عشرات الملايين من فرص العمل التي تتطلب مهارات رقمية متقدمة. وتشمل هذه المجالات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والتشفير والأمن السيبراني وإنترنت الأشياء وتطوير التطبيقات المتنقلة، حيث من المتوقع في بعض الاقتصادات حدوث فجوة في المواهب بالنسبة للعاملين ذوي المهارات الرقمية المتقدمة وغيرهم، حيث تتنامى بسرعة أدوار المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويتحدث العديد من أرباب العمل عن صعوبة العثور على موظفين لديهم. المهارات المطلوبة. والوظائف التي تتطلب مهارات رقمية متقدمة تفتقرن عموماً بأجور أعلى بكثير من أجور الوظائف التي تتطلب مهارات رقمية أساسية أو لا

مهارات على الإطلاق. ويتم عادة اكتساب المهارات المتقدمة من خلال التعليم الرسمي المتقدم، ومع ذلك فإن مجموعة الأدوات هذه تصف قنوات أخرى للتعليم، مثل معسكرات التشغيل، وهي خيارات معقولة بالنسبة للعديد من البلدان. وهناك مجموعة أخرى من المهارات في الفئة المتقدمة هي مجموعة ريادة الأعمال الرقمية، التي تولّف ما بين ريادة الأعمال التقليدية والتكنولوجيات الرقمية الجديدة. "وتتميز مؤسسات الأعمال الرقمية بكثافة عالية في استخدام التقنيات الرقمية الحديثة (لا سيما الوسائط الاجتماعية وتحليلات البيانات الضخمة والحلول المتنقلة والسحابية) لتحسين العمليات التجارية وابتكار نماذج أعمال جديدة وتعزيز معلومات الأعمال والتعامل مع العملاء وأصحاب المصلحة" وتحتاج الاستراتيجيات الرامية إلى تشجيع رواد الأعمال الرقمية إلى معالجة طائفة من مجموعات المهارات. وهي تشمل عناصر غير رقمية مثل الأعمال التجارية والتمويل والضرائب، وغالباً ما ترتبط بالابتكارات الرقمية ذات الصلة. وتشمل مجموعات المهارات هذه مهارات ريادة المشاريع - من قبيل المجازفة والقدرة على التكيف والتفكير الناقد - والمهارات الرقمية المتوسطة والمتقدمة مثل تحليل البيانات والحوسبة السحابية والوسائط الاجتماعية والتسويق الرقمي وتطوير مواقع الويب والتطبيقات. وقد أدى الانتقال إلى ريادة الأعمال الرقمية بالفعل إلى عدد متزايد من برامج درجة الماجستير الخاصة وما يتصل بها من دورات تدريسية في التكنولوجيا الرقمية من أجل مشاريع الأعمال. (سانو، 2018)

الشكل رقم 17: طيف المهارات الرقمية.



المصدر: براهيم سانو، مجموعة أدوات المهارات الرقمية، ط1، 2018، ص 09.

**3-الممكنات الرقمية الأربعة:**

هناك أربع ممكنات رئيسية للتنمية الرقمية ذات أهمية حيوية. وتناقش أربع نقاط ضوء في التقرير مزايا هذه الممكنات ومخاطرها المحتملة.

**3-1 التمويل الرقمي:** كانت البنوك من أوائل المتحمسين لاستخدام التقنيات الرقمية، لكن كثيرا من المبتكرات الهامة، مثل المدفوعات الإلكترونية، والخدمات المالية على الهاتف المحمول، والعملات الرقمية، كان منشؤها مؤسسات غير مصرفية ومنها شركات الاتصالات والأنترنت. وانتشرت بعض هذه المبتكرات أولا في البلدان النامية، حيث ساعدت في التغلب على مواطن نقص وقصور في النظم المالية التقليدية. وتوزعت منافعها على نطاق واسع. وتوسعت المدفوعات الإلكترونية المأمونة التجارة الإلكترونية. وتقلل التحويلات الإلكترونية من تكلفة إرسال التحويلات. ويساعد الاقتراض المباشر على تحسين إمكانية حصول الشركات المبتدئة على التمويل بدرجة كبيرة. وتستطيع الحكومات إنجاز المدفوعات والتحويلات الاجتماعية بتكلفة أقل مع انحسار احتمالات الاحتيال والتسرب. مهما يكن من أمر، فإنه إذا لم تواكب اللوائح التنظيمية للخدمات المالية التقدم التكنولوجي السريع، فإن هذه المبتكرات قد تؤثر على النظام ككل.

**3-2 وسائل التواصل الاجتماعي:** شبكات التواصل الاجتماعي ضرورية للمجتمع الانساني، وقد أدت التقنيات الرقمية إلى تسريع وتيرة تشكيلها ويعتقد أن أكثر من خمس سكان العالم الان أعضاء في منصة أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي. ويعزى الى هذه المنصات الفضل في تسهيل التفاعلات المفيدة اقتصاديا، وتوجيه سلوكيات المستخدمين على نحو يتسق ومتطلبات التنمية، وتوفير منبر للمعلومات ونشرها أثناء الكوارث الطبيعية وحالات الطوارئ، وتشجيع التعبئة السياسية والتغيير الاجتماعي. ويعتقد بعض المحللين أن وسائل التواصل الاجتماعي لعبت دورا رئيسيا أحداث التي وقعت حديثا، مثل ثورات الربيع العربي وغيرها ومن تم ساعدت على نشر الأفكار الديمقراطية، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التنمية يرتبط ارتباطا كبيرا بالسياق والظروف السائدة. ومن ذلك، التفاوت في إمكانية الحصول على التكنولوجيا، والتعليم والسياق الاجتماعي والسياسي الأوسع. وعلى سبيل المثال، هناك شواهد على أن المواطنين في البلدان الاستبدادية أقل احتمالا لأن يرسلوا معلومات إلى آخرين (عن طريق التغريدات مثلا).

**3-3 الهوية الرقمية:** تبدو قدرة المرء على إثبات من هو أمرا غير ذي بال، لكن قد يكون لها تأثير جوهري على المحرومين من الوظائف والخدمات. وقد أصبحت نظم تحديد الهوية الإلكترونية البسيطة التي تستخدم في الغالب خصائص القياسات الحيوية وسيلة فاعلة لإجراء معاملات مصرفية مأمونة، والتصويت، والحصول على الخدمات الاجتماعية، ودفع فواتير المرافق العامة، والكثير غير ذلك. وأدخلت بلدان عديدة

من مولدوفا إلى نيجيريا وسلطنة عمان نظم تحديد الهوية الرقمية. وفي أنواع المختلفة من إستونيا وبلدان أخرى، يمكن التحقق من آلاف المعاملات العامة والخاصة عن طريق نظام فريد لتحديد الهوية الإلكترونية، ومن ذلك التعاقدات الملزمة قانونا والتصويت في الانتخابات العامة.

**3-4 ثورة البيانات:** يتركز الاهتمام في تسخير البيانات لخدمة التنمية على ابتكارين متداخلين، وهما "البيانات الكبيرة" والبيانات المفتوحة. وتتسم البيانات الكبيرة بضخامة الحجم والسرعة وأنها تأتي من مصادر لا حصر لها — من الأقمار الاصطناعية الى أجهزة الاستشعار، ومن الحوسبة السحابية إلى حشد المصادر. وتستخدم تحليلات البيانات الكبيرة في تحسين تخطيط حركة المرور، وتقدير المجموعات الكلية (ما يطلق عليه الان التنبؤات الانية)، وتتبع تفشي الأوبئة، وتحسين التصنيفات الائتمانية والتوفيق بين العرض والطلب في سوق العمل. وتعني البيانات المفتوحة تيسير الحصول عليها مجانا، وأن تكون قابلة للقراءة آليا على أجهزة الحاسوب، دون أي قيود على استخدامها. والحكومات هي فعلا — أو ربما تكون — أهم مصدر للبيانات المفتوحة (مجموعة، البنك، الدولي، 2016)

### خلاصة:

نستنتج مما سبق ان نماذج الاعمال الرقمية جاءت مكملة لنماذج الاعمال التقليدية بحيث يكتسب هذين الاثنين أهمية بالغة في مجتمع الاعمال وبيئة المنافسة، خصوصا في ظل الموجات الرقمية التي تتصاعد في البيئة التي نعيش فيها حيث هنالك مؤشرات كافية في اقتصاد اليوم تؤكد أن اتجاه الرقمنة ينتج آثار أكثر عمقا بمجرد تسهيل أو تطوير الأعمال، بل في واقع الأمر نماذج الأعمال الرقمية أصبحت تؤثر وتهدد بشكل مباشر على وجود الشركات وهذا بين ويؤكد على ضرورة تصميم نموذج عمل مستقبلي من أجل جعله قادرا على المنافسة وخلق القيمة والاستحواذ عليها باعتبارها هدف رئيسي لنماذج الأعمال الرقمية وسنستقط عليها دراستنا في الفصل الثالث.

الفصل الثالث:  
الإطار التطبيقي لمشروع  
Women Stay Home

**تمهيد:**

في ظل التحول الرقمي المعاش وانتقال مختلف أنشطة وأعمال المؤسسات من المنهج التقليدي إلى منهج رقمي تحت مسمى نموذج عمل رقمي، كذلك اشتمل هذا انتقال ممارسة مختلف الأنشطة والأعمال اليومية للأفراد إلى ممارستها عبر مختلف تطبيقات الهواتف الذكية حيث أحدثت هذه الأخيرة نقلة نوعية في حياتنا وأصبحت تضاهي المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات أهمية، وذلك لسهولة الوصول إليها في أي وقت عكس المواقع الإلكترونية.

ورغم ازدياد متاجر التطبيقات الإلكترونية وتنوع موضوعاتها وتشابهها أحيانا مثال ذلك التطبيقات الخاصة بالمرأة، لم تعد الآن حكرا على الصعيد الشخصي بل أصبحت وجهة تحل الكثير من القضايا الاجتماعية والبيئية على حد سواء وذلك مع تنامي الاهتمام بمختلف هذه القضايا، على سبيل المثال تطبيق Women Stay Home الذي نحن بصدد طرح فكرته، حيث يعالج هذا التطبيق في جوهره حلا لأحد معيقات التنمية ألا وهو مشكلة النفايات المنزلية انطلاقا من عملية الفرز المنزلي، إضافة إلى قضايا أخرى متمثلة في خلق قيمة للمرأة الماكثة بالبيت بصفتها محور هذه العملية.



## المبحث الأول: الإطار التصوري لتطبيق Women Stay Home

لقد خصصنا هذا المبحث لوضع شروحات حول التطبيق بداية بتعريفه ووضع الأهداف التي من الممكن ان يحققها على أرض الواقع وصولاً إلى مختلف الفاعلين والمستفيدين منه.

### أولاً: تعريف التطبيق

هو تطبيق إلكتروني في إطار الاقتصاد الدائري للمعالجة البيئية كقاعدة أساسية، ومرتبطة بشكل وثيق بالمرأة الماكثة بالبيت بالدرجة الأولى لكونها النواة أو نقطة انطلاق هذه العملية، بحيث يهدف هذا التطبيق إلى خلق القيمة لهذا الصنف من النساء انطلاقاً من حل إشكالية فرز وتدوير النفايات المنزلية من خلال عملية فرز بسيطة تتفاعل من خلالها المرأة الماكثة بالبيت في التنمية البيئية. ويتم تحقيق أو خلق القيمة للمرأة الماكثة بالبيت من خلال حصولها على إيرادات مالية. بالمشاركة في التطبيق والقيام بعملية الفرز من جهة، كذلك قيامها أثناء هذه العمليات بمجموعة تفاعلات تحقق لها اندماج فعلي في دفع عجلة الاقتصاد والإنتاج الوطني بصفة عامة وتحقيق التنمية المستدامة والتوعية البيئية بصفة خاصة.

### ثانياً: أهداف التطبيق

تتنوع أهداف هذا التطبيق بين أهداف بيئية، اقتصادية، صحية واجتماعية لكون عملية فرز النفايات التي تقوم بها المرأة الماكثة بالبيت تمس جوانب متعددة.

#### 1- الأهداف البيئية:

- تحقيق التنمية المستدامة.
- التقليل والحد من التلوث البيئي بمختلف أشكاله.
- التزود بالأسمدة العضوية "من وإلى البيئة".
- الحد من طمر النفايات في المطامر والمكببات من خلال استخدامها كمصدر إنتاج للطاقة مما يساهم في الحفاظ على الأراضي والبيئة من التلوث.
- الحد من انبعاثات غاز الميثان الذي يشكل أحد مسببات الاحتباس الحراري الناتج عن تحلل النفايات العضوية في المطامر والمكببات.
- الحفاظ على الموارد الطبيعية، فمثلاً تدوير طن من الورق التالف يمكن أن يحمي 17 شجرة من القطع وتوفير 7000 غالون من الماء.

## 2- الأهداف الاقتصادية:

- ✓ المساهمة في رفع الاقتصاد الوطني وتفعيل دور المرأة في الإنتاج الوطني
- ✓ توفير المواد الخام الثانوية من مراكز تجميع النفايات وبالتالي توفير الطاقة.
- ✓ تعظيم استفادة المستهلك النهائي من خلال حصوله على عوائد وإن كانت بسيطة على السلع. والمواد التي يعيد إرسالها إلى مراكز التجميع.
- ✓ اتخاذ صناعة الاسترجاع ونفايات المعيشة كنقاط جديدة للنمو الاقتصادي.
- ✓ تعزيز الاقتصاد المحلي من خلال تنويع مصادر الدخل الوطني.
- ✓ تعزيز اعتماد منهج الاقتصاد الدائري بواسطة تطبيق Women Stay Home.
- ✓ توفير فرص العمل للبطالين وبالتالي الحد من ظاهرة البطالة وتشجيع الأعمال المقولائية والمشاريع الخضراء.
- ✓ توفير المواد الخام الثانوية واستخراج الموارد الطاقوية من مراكز تجميع النفايات، وبالتالي التقليل من عملية الاستيراد.
- ✓ تقليل الجهد والوقت المستغرق في عملية الفرز، حيث أن عملية الفرز الأولى تتم من قبل المرأة الماكثة بالبيت.

## 3- الأهداف الصحية:

- ✓ التقليل والحد من الامراض الفتاكة الناجمة عن تراكم النفايات سواء على مستوى المناطق السكنية أو المساحات الخضراء بأنواعها، حيث أثبتت الدراسات أن 92% من الأمراض سببها تلوث البيئة بصفة عامة والنفايات المنزلية بصفة خاصة.
- ✓ التقليل من الإصابات وحوادث العمل على مستوى مراكز التجميع لكون هذه النفايات قد سبق فرزها في المنازل.
- ✓ الحد من ظاهرة تجمع الحشرات والحيوانات الناقلة للأوبئة والأمراض (كالكلاب والقطط الضالة الجردان والفئران) .
- ✓ التخلص من العادات الخاطئة في التعامل من النفايات الضارة للصحة.

## 4- الأهداف الاجتماعية والثقافية:

- ✓ تنمية التوعية البيئية وترسيخ ثقافة المسؤولية البيئية.

- ✓ تعزيز ثقافة إعادة التدوير لدى الشباب.
- ✓ زيادة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة.
- ✓ الحد من الآفات الاجتماعية بواسطة خلق فرص وظيفية جديدة من خلال تعظيم استخدامات الموارد.
- ✓ انتهاج نمط بيئي توعوي.

### ثالثاً: تحليل أصحاب المصلحة

الشكل رقم 18: مخطط أصحاب المصلحة.



المصدر: من اعداد الطالبتين.

1- المرأة الماكثة بالبيت: تسمى كذلك بربة البيت وتعرف على أنها المرأة التي تختص بنوعية عمل معين داخل المنزل بدءاً بالترتيب والتنظيف وصولاً إلى العناية بأفراد الأسرة، أما إجرائياً فهي كل امرأة تبقى في البيت، من ناحية التطبيق فإنها صاحب مصلحة مميز ومتفاعل مؤثر في عملية الفرز لكون التطبيق يستهدف هذه الفئة بشكل عام لتحقيق أهداف بيئية، اقتصادية، صحية، اجتماعية وثقافية تفيد المصلحة العامة فتخلق لها قيمة كبيرة في المجتمع هذا من جانب، من جانب آخر تستفيد من إيرادات مالية تصب في حسابها تحت مسمى تبادل المنفعة.

2- **الحكومة:** وهي الجهة المسؤولة عن اتخاذ القرارات بصفتها منظم لقانون تنظيم فرز النفايات المتم والمكمل 1-19، وهي كصاحب مصلحة مستفيد كبير من هذا التطبيق حيث أن عملية فرز النفايات المنزلية في البيت قبل وصولها إلى مراكز التجميع من شأنه تقليص الأعباء الإضافية لعملية فصل النفايات في حالة تدويرها، وقد كشفت قناة النهار أونلاين منذ أيام أن ملايين الدينارات ترمى في المزابل، أي أن هذا التطبيق من شأنه تشجيع عملية تدوير النفايات وبالتالي زيادة الدخل الوطني وتقليص استخدام المواد الخام.

3- **مهندسو جمع النفايات المنزلية:** الناقلون أو الشاحنون هم الأشخاص الذين يقومون بنقل النفايات المنزلية من أمام المنازل والعمارات إلى مراكز التجميع أو التخزين أين يتم معالجتها وفرزها باستخدام الردم (الطمر الصحي) الحرق، التحلل العضوي، إعادة التدوير وهذا مع مراعات القوانين والتشريعات الوطنية المنظمة لهذه العملية. يساهم تطبيق Women Stay Home خلال عملية النقل بتسهيل عملية حمل النفايات بسبب فرزها في البيت مسبقا من قبل المرأة الماكثة بالبيت، معرفة الوقت المناسب لجمع النفايات بضغط زر، الاستفادة من رسوم تصب في حسابه هو الآخر بعد اشتراكه واستخدامه للتطبيق، تجنب الحوادث الممكنة في مكان النقل كالجروح الناتجة عن الأدوات الحادة المهملة.

4- **صاحب التطبيق:** هو صاحب أو أصحاب التطبيق بحيث قد يكون شخص أو مجموعة شركاء قاموا بكل من خطوات إيجاد الفكرة وتصميم وتطوير التطبيق، وبهذا يعتبرون أصحاب مصلحة أوليين وهم مسيرين التطبيق والمسؤولين عن التنسيق بين المشتركين خلال عمليتي الاستلام والتوصيل بالإضافة إلى توزيع المستحقات المالية وتوليد الإيرادات.

5- **مراكز التجميع:** هو المحطة الأخيرة في عملية فرز النفايات المنزلية أين يتم في هذه المراكز عملية الفرز الدقيقة لها بعد أن قيام المرأة الماكثة بالبيت بالفرز الأولي لها حيث تساهم هذه الأخيرة من خلالها في تسهيل هذه العملية برمتها، وتتمثل الاستفادة الرئيسية لمراكز التجميع بصفتها صاحب مصلحة من:

- ✓ تسهيل الفصل النهائي للنفايات.
- ✓ تبسيط عملية التخلص من النفايات الغير قابلة للتدوير.
- ✓ استفادة مالية تقدر ب 5%.

## المبحث الثاني: الإطار العملي للتطبيق

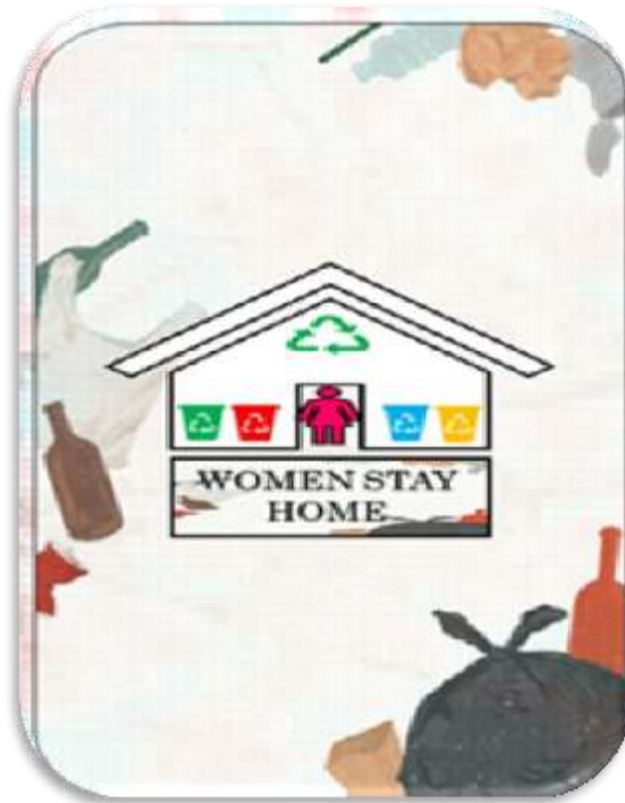
رغم وجود الكثير من التطبيقات على منصات Google Play و App Store إلا أن بعضها يتسم بالتعقيد في الاستخدام، حاولنا خلاله وضع واجهات التطبيق تتميز بالبساطة وسهولة الاستخدام وهذا ما سنوضحه خلال هذا المبحث.

### أولاً: شرح محتوى التطبيق

سنستعرض في هذا الفصل شرح مفصل لكيفية عمل التطبيق من خلال استعراض مجموعة واجهات توضح طريقة عمل التطبيق.

**1- الواجهة الأولى:** تظهر هذه الواجهة مباشرة بعد تثبيت التطبيق من متجر Google Play بالنسبة إلى هواتف Android و متجر App Store بالنسبة لهواتف Apple حيث تظهر الواجهة الأولى رمز التطبيق المكون من بيت أعلاه رمز الاستدامة أمامه مجموعة من الحاويات وامرأة تمثل محور عملية الفرز وخلفية توضح مجموعة نفايات غير مفروزة، حيث حاولنا من خلال هذه الواجهة البسيطة بيان أن عملية الفرز بأكملها تنطلق من البيت.

### الشكل رقم 19: الواجهة 1.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

2- الواجهة الثانية: تظهر هذه الواجهة مباشرة بعد الضغط على رمز التطبيق الظاهر في الواجهة الأولى، حيث تتضمن هذه الواجهة بالإضافة إلى رمز مركز التجميع ورمز التطبيق الذي يظهر دائما أعلاه مجموعة أيقونات (4) تختص كل أيقونة بخدمة معينة كالتالي:

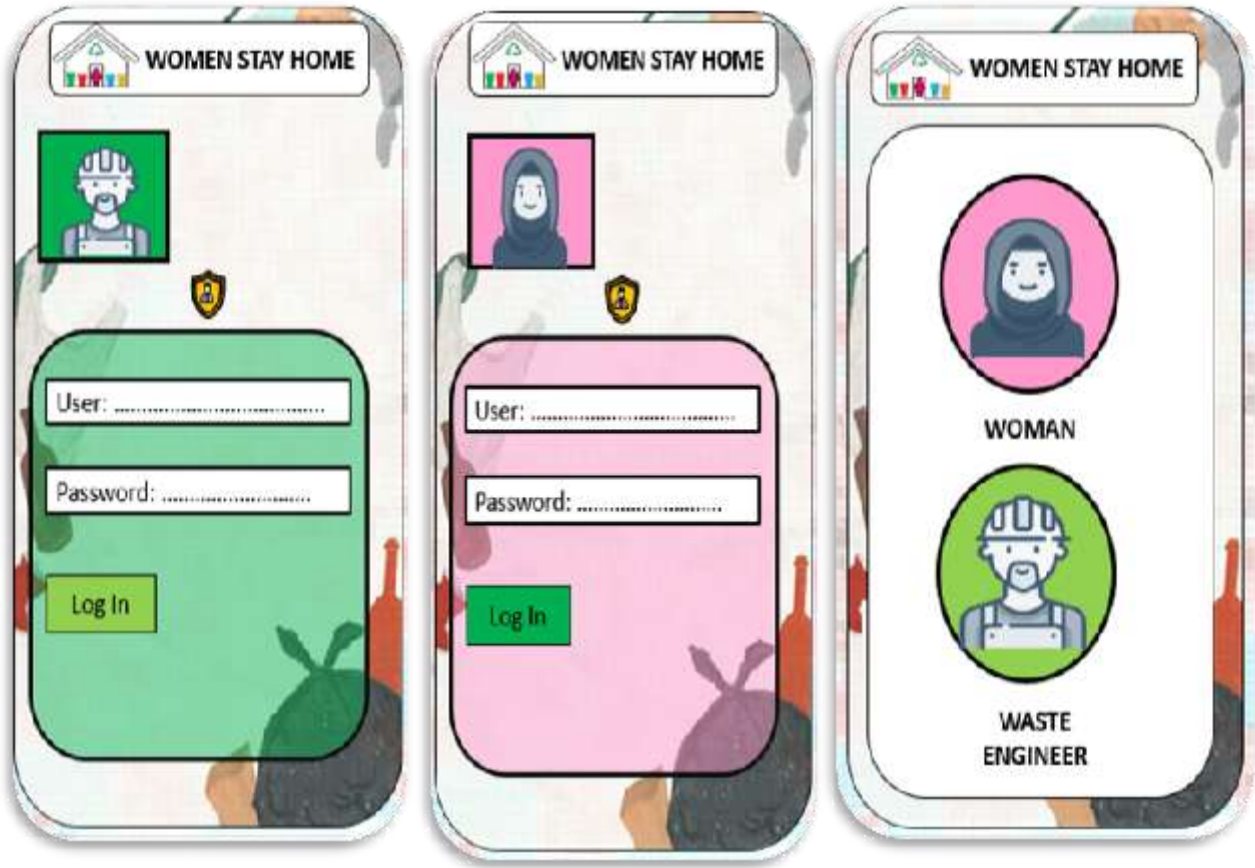
الشكل رقم 20: الواجهة 2.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

**الأيقونة 01:** أيقونة الدخول إلى الحساب حيث يتم النقر عليها في حال الدخول إلى حساب مثبت مسبقا عند الضغط عليها تقودنا نحو واجهة بها تحتوي أيقونتان تمثلان صفة المستخدم لكل من المرأة الماكثة بالبيت ومهندس جمع النفايات، حيث بالضغط على كل منهما تظهر واجهة تسجيل الدخول التي تتضمن كل من اسم المستخدم وكلمة السر.

الشكل رقم 21: واجهات تسجيل الدخول للحساب.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

**الأيقونة 02:** أيقونة الاشتراك من أجل الانضمام وفتح التطبيق لأول مرة عند الضغط عليه تنقلنا نحو واجهة تحتوي أيقونتان تمثلان صفة الاشتراك لكل من المرأة ومهندس جمع النفايات على حد سواء، حيث بالضغط على كل منهما تظهر واجهة تتضمن البيانات الضرورية للاشتراك وهي: الاسم، اللقب، الإيميل أو رقم الهاتف، العنوان، رقم البطاقة البنكية وكلمة السر عند إدخال هذه المعلومات يتبع الضغط على زر إنشاء حساب جديد الظاهر أسفل الواجهة.

الشكل رقم 22: واجهات الاشتراك.



المصدر: من إعداد الطالبتين.



الأيقونة 03: دليل الاستخدام تحتوي هذه الأيقونة على دليل فرز مفصل للنفايات والطريقة الصحيحة لوضعها في الحاويات (دليل الفرز)



المصدر: من إعداد الطالبتين.

الأيقونة 04: إعدادات المزيد حول التطبيق حيث تتضمن هذه الواجهة كل من إعدادات اللغة، المعلومات والسياسات حول التطبيق الذي يضم مزيدا من المعلومات حول هذا التطبيق كذلك خيارات الدفع.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

الشكل رقم 23: واجهة المزيد حول التطبيق.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

### ثانياً: خطوات تنفيذ الخدمة

تتطلب هذه العملية من حساب المرأة الماكثة بالبيت المتضمن الواجهة التالية:

الواجهة 01: حيث تتضمن هذه الواجهة كما هو مبين في الصورة مجموعة من الحاويات الملونة بحيث يرمز كل لون إلى نوع النفايات التي يحتويها، بالإضافة إلى نسب موزعة توضح مدى امتلاء كل واحدة منها إضافة إلى زر الإرسال حيث بمجرد امتلاء حاوية من الحاويات الملونة تقوم المرأة بالضغط على زر الإرسال فتظهر واجهة "تم الإرسال" كما توضحه الواجهة 02.

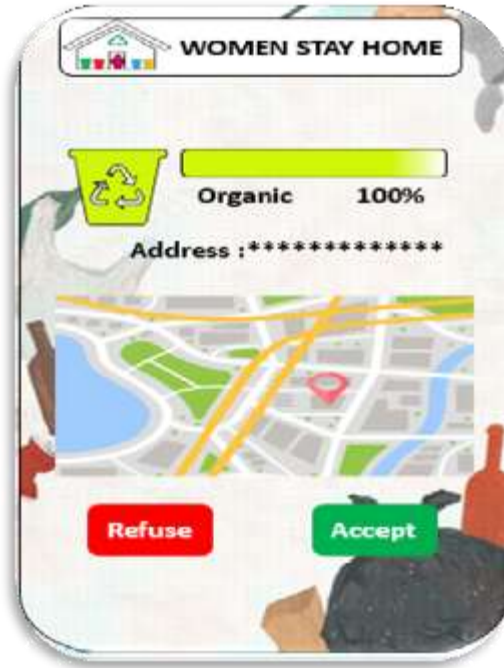
الشكل رقم 24: واجهة الاختيار والارسال.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

بعد ضغط زر الإرسال يظهر مباشرة إشعار لدى مهندس جمع النفايات وبعد الضغط عليه تظهر الواجهة التالية: الواجهة 03 التي تبين صورة للحاوية الممتلئة بالإضافة إلى العنوان وخارطة المكان كما يتبين أسفل الواجهة زر قبول ورفض الخدمة.

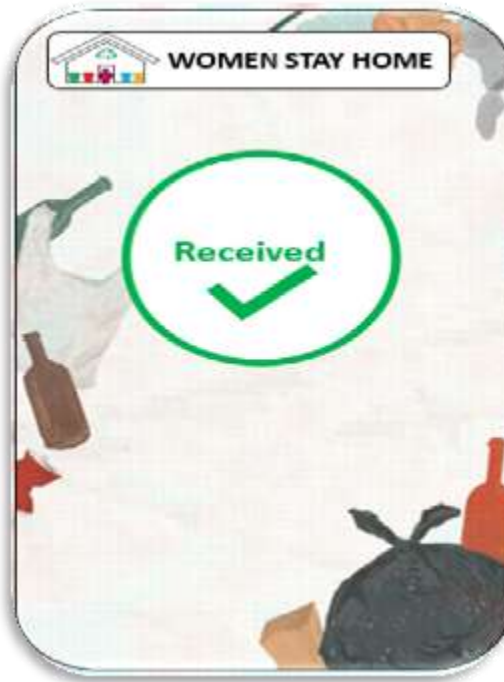
الشكل رقم 25: واجهة القبول والتوجه نحو العنوان.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

في حالة قبول الخدمة من مهندس جمع النفايات والمنسوبة للعنوان الظاهر واستلام النفايات بضغط زر تم الاستلام الموضح في الواجهة 04.

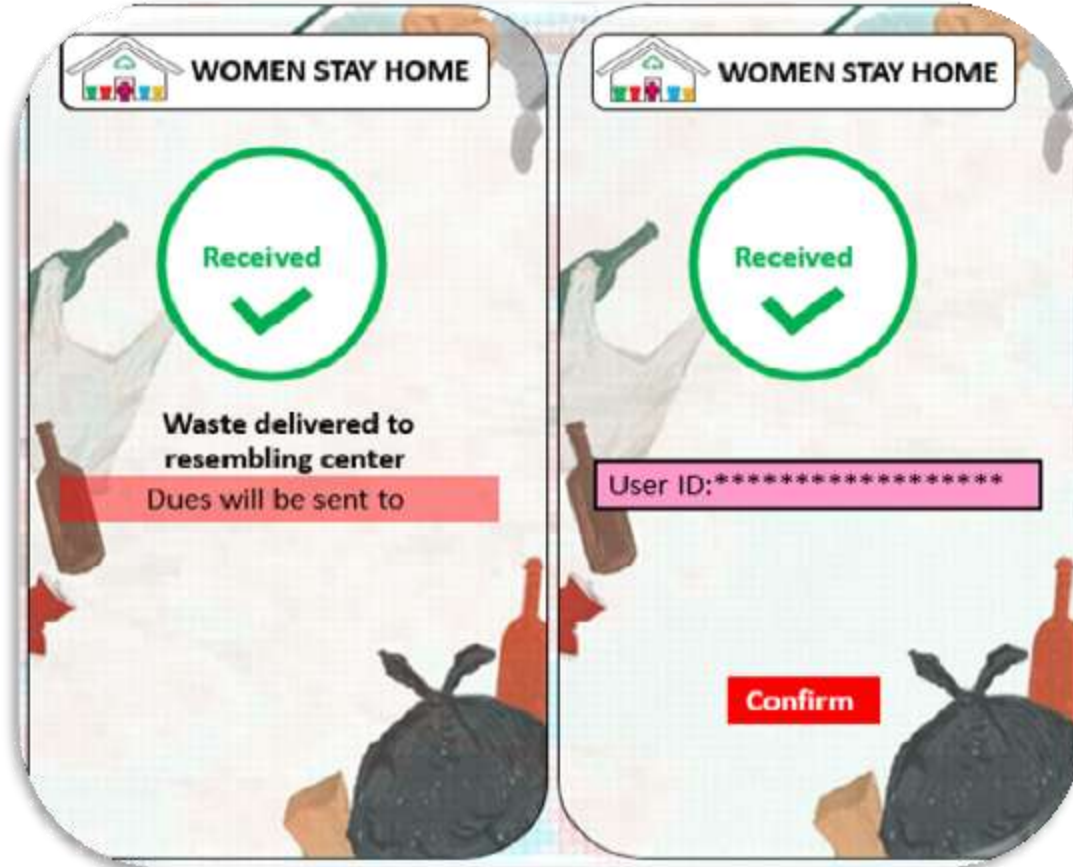
الشكل رقم 26: واجهة الاستلام.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

بعد ضغط زر تم الاستلام إيصالها إلى مركز التجميع هذا الأخير يعطيه رقم تسلسلي معين يقوم بإدخاله ثم يضغط على أيقونة تأكيد (الأيقونة 05) بعد ذلك تظهر لمهندس الواجهة 06 التي تضم "تم التسليم" لمركز التجميع.

الشكل رقم 27: واجهة التوصيل والتأكيد.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

في الجانب الآخر سيكون قد سبق صب المستحقات في حساب المرأة الماكثة بالبيت كذلك مع وضع تقييم للخدمة كما توضحه الواجهة 07.

الشكل رقم 28: واجهة التأكيد والتقييم.



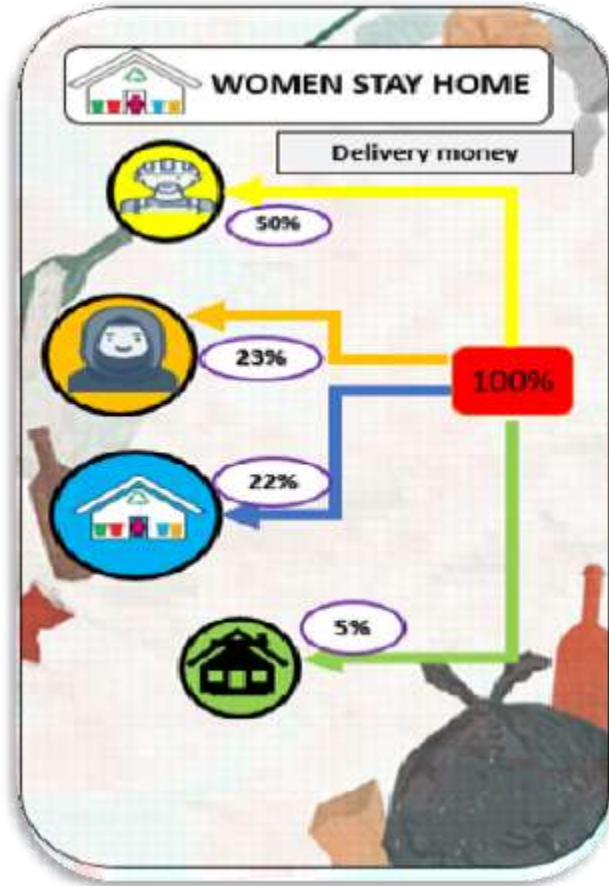
المصدر: من إعداد الطالبتين.

### ثالثاً: توزيع المستحقات المالية

يتم توزيع المستحقات المالية كما توضحه الواجهة التالية:

بالنسبة لمهندس جمع النفايات يكون نصيبه 50% ويمثل بذلك صاحب النسبة الأكبر ضمن أصحاب المصلحة، المرأة الماكثة بالبيت 23%، صاحب التطبيق يحوز على نسبة 22% وأخيراً مركز التجميع الذي يحوز النسبة الأقل التي تقدر ب 5%.

الشكل رقم 29: واجهة توزيع المستحقات المالية.



المصدر: من إعداد الطالبتين.



## خلاصة الفصل:

تناولنا خلال هذا الفصل شرح عام لمحتوى التطبيق الإلكتروني **Women Stay Home** المقترح والذي نسعى في مجمله لإيجاد حل لإشكالية فرز النفايات المنزلية بمساعدة المرأة الماكثة بالبيت والتي تعتبر محور انطلاق هذه العملية، إذ تساهم من خلاله في خلق قيمة اقتصادية وبيئية في المجتمع من خلال عملية فرز النفايات الأولية التي تقوم بها وهذا بعض الاشتراك في التطبيق، كما حاولنا في هذا الفصل وضع اللبنة الأساسية والمتمثلة في الأهداف الاقتصادية البيئية والصحية والاجتماعية والتي يسعى أن يحققها التطبيق مستقبلا على أرض الواقع، إضافة إلى مختلف الفاعلين والمستفيدين الأساسيين من التطبيق والمتمثلين في المرأة بالدرجة الأولى، الحكومة، مراكز الفرز، مهندسا جمع النفايات المنزلية وصاحب التطبيق، وأخيرا وضع إطار تصوري للتطبيق يشرح كيفية استخدامه.

الخاتمة

ختاما لقد أظهرنا أن مفهوم نموذج العمل الرقمي قد تم تشكيله عبر العديد من المساهمات البحثية التي ساهمت في توضيح معناه واللبنات الأساسية التي يقوم عليها ومختلف مرتكزاته التي تسنده، فمفهوم العمل الرقمي هو نفسه المنهج المستخدم في تحصيل الإيرادات باستخدام مختلف مواقع الويب بحيث يهدف كمتفاعل أساسي داخل المؤسسات إلى تحسين مختلف جوانب الأعمال والأنشطة، وبالتالي تحقيق ما يسمى ميزة تنافسية وحتى الريادة ابتداء من كيفية اكتساب الشركة للعملاء وصولا إلى المنتج أو الخدمة التي تقدمها وبالتالي تعزيز عروض القيمة بتكلفة قليلة كهدف مهم. والتطبيقات الإلكترونية ليست إلا تجسيدا لهذة النماذج الرقمية إذ خلقت هذه الأخيرة قفزة نوعية في إنهاء الأعمال والتعليمات الروتينية بل حتى ابتكار أعمال مقاولاتية رقمية خاصة في ظل أزمات البطالة والحاجة الماسة إلى أعمال صديقة للبيئة تحمل في جوهرها ما يسمى بالتنمية بمختلف مقاييسها.

وأفضل تجسيد أو مقترح لتحقيق هذا تطبيق **Women Stay Home** الذي تقوم عليه دراستنا هذه حيث يبين بوضوح الكيفية التي يمكن من خلالها خلق قيم اقتصادية، اجتماعية وبيئية محورها المرأة الماكثة بالبيت.

### الاقتراحات والتوصيات:

بناء على تجربة تطبيق **Women Stay Home** يمكن تقديم بعض التوصيات والمقترحات التي يمكن العمل بها والاستفادة منها في مجال الأعمال الرقمية:

- ✓ زيادة الاهتمام ووضع استراتيجيا شاملة للتنمية المهارات الرقمية في كل الأطوار التعليمية لسد الفجوات الرقمية التي نعانيها.
- ✓ ضرورة تحقيق الرقمنة الشاملة في مختلف القطاعات وخاصة قطاع التعليم.
- ✓ اقتراح عملية فرز أكثر دقة للنفايات المنزلية مستقبلا من خلال زيادة عدد حاويات الفرز من أجل زيادة دقة هذه العملية.
- ✓ اقتراح ادخال عملية فرز النفايات في مؤسسات الدولة خاصة مؤسسات التعليم من أجل زيادة التوعية البيئية من جهة وتوفير مصدر دخل إضافي من جهة أخرى.
- ✓ زيادة تخصيص نماذج الأعمال الرقمية للمرأة الماكثة بالبيت خاصة المهمة بالمجال المقاولاتي والتي تهدف لخلق قيمة يمكن التماسها في مجالات متعددة.

### آفاق الدراسة:

تعتبر نماذج الأعمال الرقمية موضوعا جديدا في البلدان العربية وله أبعاد كثيرة ومتنوعة فبالرغم من محاولتنا الإلمام بكل جوانبه إلا أنه تبقى هناك آفاق بحثية عديدة حوله يجدر بالباحثين الالتفاف بها والتوسع بالبحث فيها

- سنحاول في الدراسات المستقبلية إدخال متغيرات أخرى كالتحفيز الإداري والأداء الوظيفي
- يعتبر بحثنا الأول من نوعه الذي يجمع ما بين نماذج الأعمال الرقمية وخلق القيمة والتنمية المستدامة
- سنحاول بإذن الله تجسيد التطبيق على أرض الواقع

# قائمة المراجع

1. Mashood Ahmad ،Tim Botzkowski ،Christopert Klotzer و ،Marcel Papert .(2020) .Behind the blackbox of digital business models .Proceedings of the 53rd international conference on system science .(صفحة 4553) ،Hawai.
2. Annabeth Aagaard .(2019) .Digital Business Models .Risskov.Denmark : Palgrave Macmillan.
3. Bernd W.Wirtz .(2019) .Digital Business Models .Speyer: Springer Nutre Switzerland.
4. Cuofano Gennaro .(2020 ,0 0) .digital-business-models من الاسترداد من fourweekmba: <https://fourweekmba.com/digital-business-models/>
5. Dave chaffey .(2020 ,6 2) .digital business model من الاسترداد من davechaffey: <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/digital-business-model/>
6. Gerret Remane ،Hildebrandt Bgorn ،Andre Hanelt و ،Lutz M. Kolbe .(2016 ,00 00) . DISCOVERING NEW DIGITAL BUSINESS MODEL TYPES - A STUDY OF TECHNOLOGY STARTEPS FROM THE MOBILITY SECTOR .AIS ELECTRONIC LIBIRARY.04 ،صفحة ،
7. Kazan Erol ،Wee Tan Chee و ،Lim Erik .(2015 ,0 0) .value creation cryptocurrency networks: towards a taxonomy of digital business models .pacific asia conference on information systems (paxis).7-6 ،الصفحات ،
8. Michael Blaschke ،Marco Cigaina ،Riss U we و ،Itzhak Shoshan .(2017) .Designing Business Models for the Digital Economy . تأليف Michael Blaschke ،Marco Cigaina ،Riss U we و ،Itzhak Shoshan ،Designing Business Models for the Digital Economy .(الصفحات 130-129) St.Gallen: Springer International Publishing.
9. Peter Weill و ،L. Woerner Stephanie .(2013) .Optimizing your Digital Business Model . Mit sloan Management Review.6 ،صفحة ،
10. reimer Thomas .(2020 ,6 10) .management systems software من الاسترداد من innolytics-innovation: <https://innolytics-innovation.com/digital-business-model/>
11. Talin Benjamin .(2021 ,04 20) .digital-business-models-you-should-know من الاسترداد من morethandigital: <https://morethandigital.info/en/11-digital-business-models-you-should-know-incl-examples/>
12. walaszczyk ludmila ،de angelis elmo ،de angelis kylene ،vucovic moja ،vlckova gabriela ، batzogianni evanthia .(2016 ,0 0) .itee.radom من الاسترداد من itee.radom: [www.itee.radom.pl](http://www.itee.radom.pl)
13. zhang joanne jin ،linchtenstein yossi و ،gander jonatan .(2015) .disigning scalable digitale business models .Emerald Press.5-4 ،

14. البياز محمد. (2019). الدليل الشامل لتصميم نموذج العمل . تشكيل للنشر و التوزيع.
15. أليكسندر أوستراقالدر، و إيف بينور. ( 2013). الابتكار نموذج العمل التجاري . عمان: جبل عمان .
16. أمجد الجنباز. (2014). فكرتي صارت مشروعاً.
17. براهيما سانو. (2018). مجموعة أدوات المهارات الرقمية . قسم إنتاج المنشورات في الإتحاد الإفريقي.
18. حسين زهير عبد الأمير زيني. (2020). قياس تكامل الإفصاح عن نموذج الأعمال مع الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية (الملائمة والتمثيل الصادق). تأليف حسين زهير عبد الأمير زيني، قياس تكامل الإفصاح عن نموذج الاعمال مع الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية(الملائمة والتمثيل الصادق) (صفحة 524). بغداد: المعهد التقني نجف،جامعة الفرات الأوسط التقنية .
19. غزال مريم. (2020). فاعلية نموذج الاعمال في سياق إنشاء المؤسسات . تأليف غزال مريم، فاعلية نموذج الأعمال في سياق إنشاء المؤسسات (الصفحات 66-67). سيدي بالعباس.
20. مجموعة،البنك،الدولي. (2016). العوائد الرقمية. واشنطن: معهد البنك الدولي.
21. محي خلف صقر احمد. (2020). المشروعات الصغيرة الفكرية و الية التنفيذ (الإصدار الطبعة 1). مصر: دار التعليم الجامعي.