

تحديات رواد الأعمال السعوديين في إنشاء مشاريع تجارة إلكترونية ناجحة

أسم الطالب:

علي عطية حسين الزهراني

الرقم الجامعي:

٢٢٢٠٠٠٠٩٣

مشروع التخرج النهائي ١

أشراف / د. عبد الرحيم نادر

فهرس المحتويات

المقدمة

.....	خلفية البحث
.....	أهمية البحث
.....	مشكلة البحث
.....	أهداف البحث
.....	أسئلة البحث
.....	منهجية البحث
.....	حدود البحث
.....	مصطلحات البحث

الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة

.....	مفهوم ريادة الأعمال
.....	مفهوم التجارة الإلكترونية
.....	العلاقة بين ريادة الأعمال والتجارة الإلكترونية
.....	تطور التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية
.....	أهمية المشاريع الإلكترونية في الاقتصاد السعودي
.....	مراجعة الدراسات السابقة المحلية والعالمية

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

.....	لمحة عن بيئة الأعمال في السعودية
.....	نمو التجارة الإلكترونية في المملكة
.....	السياسات والأنظمة الداعمة لريادة الأعمال
.....	المبادرات الحكومية (رؤية ٢٠٣٠، منشآت، تمكين، إلخ)

..... دور المرأة السعودية في ريادة الأعمال الإلكترونية

..... أبرز المنصات السعودية الناجحة في التجارة الإلكترونية

الفصل الثالث: التحديات التي تواجه رواد الأعمال السعوديين في التجارة الإلكترونية

..... التحديات التقنية والبنية التحتية

..... التحديات المالية والتمويلية

..... التحديات القانونية والتنظيمية

..... التحديات التسويقية والمنافسة

..... التحديات اللوجستية وسلاسل الإمداد

..... التحديات المتعلقة بالثقة وثقافة المستهلك

..... التحديات الإدارية والكوادر البشرية

..... التحديات التعليمية ونقص المهارات الرقمية

الفصل الرابع: تحليل أسباب التحديات وتأثيرها على نجاح المشاريع

..... الأسباب الجذرية للتحديات التقنية

..... الأسباب الاجتماعية والثقافية

..... تأثير التحديات على استمرارية المشاريع الناشئة

..... العلاقة بين مستوى الدعم الحكومي ونسبة نجاح المشاريع

..... تحليل SWOT لمشاريع التجارة الإلكترونية في السعودية (نقاط القوة – الضعف – الفرص – التهديدات)

الفصل الخامس: استراتيجيات وتوصيات لتجاوز التحديات

..... الحلول التقنية والابتكار الرقمي

..... تطوير بيئة الدعم والتمويل

..... تعزيز الوعي بثقافة التجارة الإلكترونية

الاستفادة من برامج الدعم الحكومي والمبادرات الوطنية

تحسين البيئة القانونية والتنظيمية

بناء قدرات بشرية رقمية

تعزيز التنافسية والتسويق الرقمي

توصيات لرؤاد الأعمال

توصيات لصناع القرار والجهات الحكومية

الفصل السادس: دراسات حالة لمشاريع سعودية ناجحة

دراسة حالة (منصة محلية ناجحة في التجارة الإلكترونية)

تحليل عوامل النجاح والتحديات التي تم تجاوزها

مقارنة بين مشروع ناجح وآخر لم يحقق النجاح المطلوب

الدروس المستفادة

الخاتمة

أهم النتائج التي توصل إليها البحث

التوصيات العامة

مقترحات لأبحاث مستقبلية

قائمة المراجع

المراجع العربية

شهدت المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مجال ريادة الأعمال والتجارة الإلكترونية، مدفوعةً برؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تهدف إلى بناء اقتصاد متنوع قائم على الابتكار والتحول الرقمي. فقد أصبحت التجارة الإلكترونية أحد أهم قطاعات الاقتصاد الحديث، لما توفره من فرص استثمارية واعدة تمكّن رواد الأعمال من دخول الأسواق بسهولة وتوسيع نطاق أعمالهم بمرونة عالية.

ومع الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت وازدياد الاعتماد على التقنيات الرقمية في المعاملات التجارية، بدأت المملكة تشهد نمواً متسارعاً في عدد المشاريع الإلكترونية الناشئة، والتي غيرت من مفهوم التسوق والاستهلاك التقليدي نحو نمط أكثر ذكاءً وسرعة. وقد ساهمت عوامل عدة في تعزيز هذا التحول، من أبرزها تطور البنية التحتية التقنية، ودعم الحكومة لقطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى مبادرات مثل “منشآت” وبرامج تمويل المشاريع الريادية.

ومع ذلك، وعلى الرغم من التسهيلات المتزايدة، فإنّ رواد الأعمال السعوديين ما زالوا يواجهون تحديات متعدّدة عند إنشاء مشاريع تجارية إلكترونية ناجحة. تتراوح هذه التحديات بين عوائق تقنية تتعلق بالبنية الرقمية أو وسائل الدفع الآمنة، وعوائق تمويلية تتمثل في صعوبة الحصول على رأس المال أو التمويل البنكي، وأخرى تشريعية تتصل باللوائح التنظيمية والتراخيص، فضلاً عن التحديات التسويقية واللوجستية المرتبطة بالمنافسة وسلاسل الإمداد. كما تلعب الثقافة الاستهلاكية دوراً مهماً في تشكيل هذه التحديات، حيث ما زال جزء من المجتمع يتحفظ في التعامل مع الشراء الإلكتروني أو يعتمد على الطرق التقليدية.

خلفية البحث

خلفية هذا البحث تنبع من حاجة المملكة المتزايدة إلى فهم العقبات التي تواجه رواد الأعمال في هذا القطاع الحيوي، من أجل تعزيز بيئة الأعمال الرقمية وتحقيق التنمية المستدامة. فالنجاح في معالجة هذه التحديات يساهم بشكل مباشر في تحقيق مستهدفات رؤية ٢٠٣٠ التي تسعى إلى رفع مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي، وزيادة فرص العمل للشباب، وتمكين المرأة السعودية في مجالات الابتكار والاقتصاد الرقمي.

يهدف هذا البحث إلى تحليل أبرز التحديات التي تواجه رواد الأعمال السعوديين في مجال التجارة الإلكترونية، ودراسة أسبابها وتأثيرها على استمرارية المشاريع، مع تقديم مجموعة من الحلول والتوصيات العملية التي يمكن أن تساعد على تجاوزها.

كما يتناول البحث دراسة حالة لبعض المشاريع السعودية الناجحة في هذا المجال لاستنباط الدروس والخبرات التي يمكن أن يستفيد منها رواد الأعمال الجدد.

أهداف البحث

تحديد أبرز التحديات التي تواجه رواد الأعمال السعوديين في إنشاء مشاريع التجارة الإلكترونية.

تحليل الأسباب الكامنة وراء هذه التحديات وتأثيرها على استمرارية المشاريع.

تقديم مقترحات عملية واستراتيجيات لتجاوز العقبات وتعزيز فرص النجاح.

إبراز دور الدعم الحكومي والمبادرات الوطنية في تمكين ريادة الأعمال الإلكترونية.

أهمية البحث

تتمثل أهمية هذا البحث في أنه يسعى إلى سد فجوة معرفية في مجال الدراسات المحلية حول ريادة الأعمال الإلكترونية في السعودية، كما أنه يقدم رؤية تحليلية وتطبيقية يمكن أن تفيد:

صناع القرار والجهات الحكومية في تطوير سياسات دعم رواد الأعمال.

المؤسسات التعليمية والبحثية في تعزيز الوعي بريادة الأعمال الرقمية.

الشباب الطموحين لبدء مشاريعهم الإلكترونية بفهم أعمق للواقع والتحديات.

منهجية البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات من مصادر ثانوية

(دراسات أكاديمية، تقارير حكومية، مقالات متخصصة)، وتحليلها لاستخلاص العوامل

والتحديات الرئيسية التي تؤثر على نجاح مشاريع التجارة الإلكترونية في المملكة. كما يستند

إلى دراسات حالة واقعية لمشاريع سعودية، بهدف الوصول إلى نتائج تطبيقية واقعية.

قائمة المراجع

- الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت). (٢٠٢٤). تقرير التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. الرياض: منشآت.
- وزارة التجارة. (٢٠١٩). نظام التجارة الإلكترونية ولائحته التنفيذية. الرياض: وزارة التجارة.
- الطيّار، رائد. (٢٠٢١). التحديات والعوائق التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تبني التجارة الإلكترونية في الدول النامية: حالة المملكة العربية السعودية. مجلة الاقتصاد الرقمي، ٥(٢).
- محمد، سامي. (٢٠٢٢). التحول الرقمي وريادة الأعمال في السعودية. جامعة الملك سعود، كلية إدارة الأعمال.
- موقع شراكات مباشر. (٢٠٢٤). التجارة الإلكترونية في السعودية: فرص وتحديات. تم الاسترجاع من: <https://www.sharikatmubasher.com>
- موقع منشآت الرسمي. (٢٠٢٤). برنامج دعم التجارة الإلكترونية. تم الاسترجاع من: <https://www.monshaat.gov.sa>
- موقع الهيئة العامة للاتصالات والفضاء والتقنية. (٢٠٢٣). مؤشرات التجارة الإلكترونية في المملكة.