



قضايا اقتصادية

ريادة الأعمال بين الماضي والمستقبل

يناير 2022

هذه الدراسة الموجزة هي إحدى دراسات المركز المصري للدراسات الاقتصادية في إطار مشروعه الموسع حول "ريادة الأعمال في مصر"، وهي من تأليف الدكتور عدلي توما، الرئيس التنفيذي والعضو المنتدب لشركة جيميناى أفريقيا؛ والدكتورة ماري أديب، مدير العمليات، شركة جيميناى أفريقيا.

لا يجوز إعادة إنتاج أي جزء من هذه الدراسة أو حفظها في نظام لاسترجاع المعلومات أو نقلها بأي شكل أو بأي وسيلة سواء كانت ميكانيكية أو إلكترونية أو من خلال النسخ أو التسجيل أو غير ذلك دون إذن كتابي مسبق من المركز المصري للدراسات الاقتصادية.

© 2022 المركز المصري للدراسات الاقتصادية. جميع الحقوق محفوظة.

يقول تشارلز داروين: "ليس أقوى الكائنات هو ذلك الذي يبقى صامدا على قيد الحياة، أو الأكثر نكاءً، ولكنه الأكثر قدرة على التكيف مع التغيرات".

ونحن نشق طريقنا في عام 2021، توصلنا إلى نتيجة مفادها أن التغيرات التي شهدتها العالم في العام الماضي (2020) لم تكن تغيرات مؤقتة، وإنما هي بداية لعصر جديد، ليس فقط من المنظور الاقتصادي ولكن للبشرية ككل. ومثل هذه التغيرات الجذرية والتحويلات التاريخية ليست بجديدة، وإنما هي ضرورة للتطور. إلا أن هذه التحويلات النموذجية (paradigm shifts) لا يمكن أن يقودها سوى محفزات التغيير.

وعادة ما تكون محفزات التغيير هي الأبطال الخارقون في عصرهم، هم الفاعلون وليس الحالون. هم الأكثر جرأة ورغبة في مواجهة الصعاب من أجل بناء مستقبل أكثر أمانا وإشراقا للجميع. وعلى مر التاريخ، أثبت رواد الأعمال أنهم هم هؤلاء الأبطال الخارقون بابتكاراتهم وسرعة حركتهم وفهمهم، وتفانيهم ومثابرتهم على تحقيق النجاح. إنهم بمثابة المحفزات التي تقود وتنفذ التغيير، وبمهدون الطريق للباقيين.

لقد لعب رواد الأعمال أو "الأبطال الخارقون"، كما يُشار إليهم في هذا الفصل، دورا محوريا لا يمكن إنكاره بعدما بدأت كارثة جائحة كوفيد 19 في ضرب الاقتصادات حول العالم خلال النصف الأول من عام 2020. وحول العالم بأجمعه عينيه تجاههم متطلعا إلى أفكارهم الخلاقة للكشف عن تكنولوجيا جديدة واستخدام أحدث اتجاهات التحول الرقمي لمواجهة التحديات الجديدة التي لم يكن أحد مستعدا لها.

وكما هو متوقع، عندما هزت الأزمة العالم كان رواد الأعمال هم من لديهم الجاهزية لاقتناصها.

وفي ظل مساهمات الأبطال الخارقين المهمة، ليس فقط خلال الأزمة ولكن بوجه عام، نحو تشكيل اقتصاد العالم وإعادة تعريف عالم الأعمال باستخدام التكنولوجيا والابتكار، أصبح من الضروري تمكين ودعم كل منهم لمساعدتهم على بناء مستقبل أفضل والبقاء دائما على استعداد لمواجهة الأزمة القادمة.

ولكن قبل البدء في رحلة دعم هؤلاء الأبطال من خلال الكشف عن المشكلات التي تعاني منها عقلية ريادة الأعمال، والتطور المحتوم الذي يجب أن يمروا به لبناء شركات ناشئة قوية وناجحة ولديها القدرة على الاستمرار، يلقي الجزء التالي نظرة سريعة على تاريخ ريادة الأعمال وكيف بدأت والدور المهم الذي لعبته على مر السنين.

التطور بالأمس

في البداية، من هو رائد الأعمال وكيف ظهر هذا المصطلح؟ يمكن تعريف رائد الأعمال بأنه ذلك الشخص الذي بدأ بالقليل، ويقوم بتنظيم وإدارة شركة جديدة مفترضا المخاطر المرتبطة بها (Price 2011). وقد يكون رائد الأعمال صاحب عمل تجاري، أو مبتكر أو مسؤول تنفيذي يبدأ مشروعات جديدة، أو يستحدث منتجات جديدة أو يتوسع في خطوط الأعمال التجارية. وكلمة ومفهوم "رائد الأعمال" مشتقة في الأصل من الكلمة الفرنسية (entreprendre) وتعني ذلك الذي يتولى أمرا ما. وقد ظهرت الكلمة لأول مرة كمفهوم اقتصادي على يد باحث النظريات، ريتشارد كانتيلون، في دراسة نشرها عام 1775 بعنوان "الطبيعة العامة للتجارة"، والتي وضع فيها تصورات مبكرة لنموذج رائد الأعمال يشبه التجار والمزارعين وأصحاب الحرف في القرنين السابع عشر والثامن عشر (Price 2011).

ولكن كان أول باحث نظريات يتطرق إلى المفهوم الحديث لريادة الأعمال ودور رأسمالية ريادة الأعمال في المجتمع هو الاقتصادي النمساوي- الأمريكي، جوزيف ألوا شامبتر؛ حيث ناقش في كتابه "نظرية التطور الاقتصادي" فكرة أن رواد الأعمال يختلفون عن رجال الأعمال الآخرين من حيث الابتكار والإبداع. وصور النشاط الريادي بأنه إنشاء "تجمعات عنقودية من الابتكار" تؤدي إلى صعود دوائر الأعمال التجارية لأنها تخلق موجات ضخمة واسعة التأثير. ويقول شامبتر إنه بدلا من اختراع أشياء جديدة فقط، يجد رواد الأعمال طرقا لاستغلال وإعادة هيكلة المخترعات القائمة بالفعل، وهي العملية التي وصفها بأنها "التدمير الخلاق" (Price 2011).

وبينما ترتبط أصول المنشآت الحديثة في أغلب الأحيان بالثورة الصناعية، هناك دلائل كثيرة على وجود أنشطة ريادية حديثة في فترات سابقة، على النحو التالي:

ظهرت أول حالة ريادة أعمال في تاريخ البشرية في غينيا الجديدة 17000 عام قبل الميلاد، عندما بدأ السكان المحليون في استخراج حجر السبع (obsidian) واستخدامه في صنع رؤوس السهام بغرض استبدالها بسلع أخرى مطلوبة (Allis). وأدى مثل هذا المشروع والمشروعات الأخرى التي لا حصر لها القائمة على أساس المقايضة إلى خلق الاقتصادات الأولى المعروفة للإنسان ومهدت لتطور وتبادل المعرفة الإنسانية.

وجاء أول تحول كبير في ريادة الأعمال مع الثورة الزراعية منذ 12000 عام؛ حيث بدأ الإنسان الزراعة وتربية الحيوانات والاستقرار لفترات طويلة من أجل تربية الحيوانات المستأنسة (Hur 2019)، وهو ما شكل تحولا أساسيا في التاريخ الإنساني؛ فبدأت القرى والمدن في الظهور بالقرب من الأراضي الخصبة، ولم يعد الإنسان بحاجة للصيد وجمع النباتات لتوفير قوت يومه، حيث بدأ بدلا من ذلك في التخصص في مجالات مختلفة مثل الصيد، وجمع النباتات، والطبخ، والبناء، وصنع الملابس (Hur 2019)، وهكذا كان رواد الأعمال الأوائل في الحضارة الإنسانية.

وأتاح توافر مصادر يعتمد عليها للغذاء وتخصص العمل للإنسان بناء مستوطنات ومساكن دائمة حولها مؤسسات اجتماعية كالمراكز الدينية والأسواق، كما ظهرت المحاكم، مما أتاح المزيد من فرص العمل التجاري لرواد الأعمال. وظهرت مجالات تخصص جديدة مثل صناعة الفخار والنجارة والبناء وكان رواد الأعمال دائما في مقدمة الابتكار (Hur 2019).

ومع نمو المدن والأسواق وحجم التجارة، أخترت الصيرفة، وساد منظور العمل التجاري ككيان غير شخصي منفصلا عن مالكة (Allis). وبدأ رواد الأعمال الأوائل، تجار ومكتشفون، في تكوين رأس المال والمخاطرة وتحفيز النمو الاقتصادي الذي صاحب بدايات الاقتصاد العالمي اليوم.

وخلال الفترة ما بين منتصف القرنين الثالث عشر والسادس عشر، اشتركت المؤسسات الدينية والتجار وأعضاء المؤسسات الاجتماعية- السياسية مثل البلاط الملكي على نطاق واسع في أنشطة أظهرت سمات ريادة الأعمال من المخاطرة والحكم القائم على حقائق (evidence-based)، والابتكار (Casson & Casson 2014). وفي القرن الخامس عشر بدأت طفرة السكان العالمية، وهو ما عزز اتصال الأسواق بريادة الأعمال. ومع تزايد احتياجات أصحاب الأعمال الصغيرة أصبحت الصيرفة نظاما معقدا ومتكاملا. كما نما نظام النقابات مما أتاح للحرفيين المهرة ورواد الأعمال طرقا لتنظيم أعمالهم وجودتها وبناء سمعة مهنية لهم في قارات بأكملها (Hur 2019). وخلال هذه الفترة، كان بمقدور رواد الأعمال استيراد المواد وتحويلها إلى منتجات مبتكرة ثم بيعها على نطاق غير مسبوق.

واستمرت ريادة الأعمال كحجر الأساس في تطوير الحضارات البشرية والمشروعات على مر السنين، رغم تعرضها لممارسات ومعتقدات اجتماعية وقوانين عرضت تقدمها للخطر. ولا يزال رواد الأعمال يتقدمون ويتغلبون على المشكلات

والمصاعب التي يواجهونها، ويبتكرون للحصول على ما يريدونه وتنفيذه. وهم لم يقوموا فقط بتحسين المستويات المعيشية وتكوين الثروات، ولكنهم أيضا قادوا التغيير الاجتماعي والاقتصادي من خلال الابتكار.

تشكيل وبناء الغد

لتكن مثل الجمل لا مثل وحيد القرن!

بعد تحليل عميق وشامل لمنظومة ريادة الأعمال والاتجاهات العالمية خلال عام 2020 والتي استمرت في عام 2021، يمكن القول بأن الشركات الناشئة الوحيدة التي استطاعت البقاء خلال الأزمة هي تلك التي كان لديها عمليات حقيقية قادرة على الاستمرار في الواقع؛ التي كان لديها حلول تلبي غالبية الاحتياجات الضرورية لعالم الأعمال؛ التي أنشأت نموذج أعمال مربح ملائم؛ والتي استغلت كافة مواردها من الدخل بفاعلية وكفاءة لتنمية عملياتها التجارية وخلق قنوات أعمال جديدة.

هذه الشركات لم تستسلم لتكون مثل وحيد القرن، وإنما ركزت لكي تصبح مثل الجمل. الشركات المماثلة لوحد القرن تسعى لجذب الاهتمام لجاذبية أفكارها وابتكاراتها لا لإضافة قيمة حقيقية، فهي تبحث عن الإعجاب والطلب لا خلق حاجة حقيقية لوجودها. أما الشركات التي تشبه الجمل، فهي لا تتطلب الكثير من الاهتمام ولكن يمكنها البقاء لفترة أطول وتحمل صعاب أشد، مما يجعلها أكثر مرونة وقدرة على البقاء. لذا، رغم أن الشركات شبيهة وحيد القرن قد تبدو ملهمة إلا أن وجودها عابر، في حين أن المشروعات شبيهة الجمل، وإن كانت ليست الأكثر جاذبية، إلا أنها جعلت من نفسها لا يمكن الاستغناء عنها من حيث إضافة القيمة.

ولكي تصبح الشركات الناشئة مثل الجمل يتعين عليها التركيز على أمرين هما: قدرتها على الاستدامة المالية؛ واستمرار عملياتها من خلال تقديم منتجات/ خدمات مبتكرة وتكنولوجية لتحسين تجربة العملاء معها وإضافة قيمة حقيقية.

وبإلقاء نظرة عن قرب على الشركات الناشئة التي كان لها تأثير كبير على المشهد المصري بنهاية عام 2020 وخلال عام 2021، نجد أن الشركات الناجحة كانت تلك التي سعت لتقديم قيمة مضافة مبتكرة للسوق مسترشدة في ذلك برؤية مستقبلية وضعتها منذ نشأتها، وبالتالي كانت تتخذ الخطوات الصحيحة نحو تطوير منتجاتها/ خدماتها وفقا لاحتياجات السوق، وركزت جيدا على تطوير منتجات/ خدمات تقدم للمستخدمين حلولاً واقعية للمشكلات الملحة التي يواجهونها، مع دمج الاتجاهات العالمية والتحول الناتجة عن التحول الرقمي، وليس فقط جذب اهتمام وسائل الإعلام والبحث عن فرص الاستثمار.

وتراوحت الخدمات التي قدمتها هذه الشركات ما بين نقل البضائع بالشحن البري، ومنصات التسليم مثل شركة تريلا (2018)، وشركة بوسطة (2017)، إلى منصات الدفع الإلكتروني مثل شركة باي موب (2015)، وشركة فاتورة (2017)، والمنصات الطبية والسلامة مثل يداوي (2018) وشفاء (2017).

فما هي السمات المشتركة بين كل هذه الشركات الناشئة؟

لقد بدأت جميعها منذ سنوات وكونت كيانات قوية لديها الجاهزية للانطلاق في اللحظة المناسبة.

وأدى انتشار فيروس كوفيد 19 والتغيرات التي شهدتها الأنشطة اليومية في ظل التباعد الاجتماعي والإغلاق إلى خلق الحافز المناسب لهذه الشركات الناشئة لكي تزدهر، حيث كانت المنتجات/ الخدمات التي قدمتها تلبي احتياجات السوق في هذه الأوقات العصيبة، مما يثبت مع الوقت أن عقلية ريادة الأعمال السليمة سوف تنجح بكل تأكيد في اللحظة المناسبة.

ولو لم تقم هذه الشركات بتطوير منتجاتها بالصورة الكافية، ولو لم تكن لديها الجاهزية اللازمة لخدمة قطاعات ضخمة من العملاء، لما استطاعت تحمل النمو الشاسع في حصتها السوقية بين عشية وضحاها. ولو كانت هذه الشركات قد ركزت جهودها فقط على تسويق أنشطتها وتواجدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لما أصبح لديها الموارد اللازمة لتقديم خدمات/ منتجات لا تقدر بثمن تخفف وطأة واحدة من أشد المشكلات إلحاحا التي كانت تواجه البشرية وقتها.

ومثل الجمال، اتسمت هذه الشركات الناشئة بالمرونة والجاهزية الكافية لمواجهة التحديات التي كانت على وشك البدء.

تجنب الفخاخ!

يجب أن يسعى رواد الأعمال لأن تصبح منشأتهم مثل الجمال لا كوحيد القرن، ومن ثم عليهم أن يتجنبوا الفخاخ التالية:

فخ المال: توفير القدر المناسب من التمويل على أمل أن يحافظ على الاستدامة المالية لفترة طويلة، في حين أن الوصول للعدد المناسب من المعاملات التجارية هو عملية خادعة تضع رواد الأعمال في فخ محاولة جذب مستثمرين، والاحتفاظ بموافقتهم لتوفير التمويل اللازم، ومن ثم يجذبون للتركيز على الاستثمار لا على العملاء وهو ما يقوض أحد الأهداف المهمة التي وجدت لأجلها الشركات الناشئة ألا وهو إضافة قيمة مقدمة للعملاء من خلال المنتجات/ الخدمات التي تقدمها هذه الشركات.

ولا يجب فهم الأمر بصورة خاطئة، فالعمل على جذب الاستثمارات والتمويل هو في حد ذاته ضرورة لكل شركة ناشئة في المرحلة المناسبة؛ ولكن ينبغي الانتباه للحلقة المفرغة التي يمكن أن يخلقها جمع الأموال.

كما يجب توجيه كل جولة من الاستثمارات التي تحصل عليها الشركة لتطوير المنتجات/ الخدمات التي تقدمها، وبناء قدرات فريق العمل بها، والابتكار، وتطوير قنوات لتوليد إيرادات مستدامة للمساعدة على استمرار العمليات التشغيلية، ومن ثم تحقيق الاستدامة المالية، لا لجذب المزيد من الأموال التي لا يتم إنفاقها على القنوات الصحيحة.

فخ التسويق: يشكل التسويق وهما آخر يمنح رواد الأعمال وعودا جذابة، ولكنه لا يثمر أبدا في هذه المرحلة المبكرة، لذا، فإن التركيز على إنفاق الأموال لعرض شيء ما هو أمر غير مجدي وإهدارا للوقت والموارد. وعلى أي حال، لا يجب قياس نجاح الشركات الناشئة بمدى ظهور علامتها التجارية وتواجدها على مواقع التواصل الاجتماعي.

أن يكون للشركة صورة ملائمة وحضور في السوق هو من الأمور الأساسية اللازمة لجذب انتباه المستثمرين والعملاء، ولكن يجب مراعاة التوازن في كم الأموال التي يتم ضخها في عمليات التسويق، فبينما ستظل العلامات التجارية والتسويق للأنشطة التي تتم عبر الإنترنت أو دون الاتصال بها ضرورية لبقاء الشركات، إلا أنه لا ينبغي النظر إليها على أنها السبيل الوحيد لتحقيق ذلك.

لقد ثبت مع الوقت أن الاستمرار في التركيز على المعاملات التجارية سيوجه انتباه المستثمرين والعملاء إلى الشركات الناشئة، ولكن العكس ليس أمرا مستديما!

ويجب ألا تغفل الشركات الناشئة أبدا مقدار الوقت والجهد اللازمان لتطوير المنتجات/ الخدمات الفعلية، وأن تستغل كل جزء من مواردها وقدراتها لكي تُعرف بتقديمها لهذه المنتجات/ الخدمات.

تغيير أسلوب التفكير!

من المهم أن تصبح الشركات الناشئة من محفزات التغيير، وأن تطور أسلوب تفكيرها، وتتبنى استراتيجيات أعمال مناسبة لكي تصبح من المؤسسات التي تتحلى بصفات الجمل، وهو ما من شأنه أن يعمل على تنشيط منظومة ريادة الأعمال، إلا أن ما هو متوقع من الكيانات الداعمة يحتاج كذلك إلى نقلة نوعية!

المؤسسات الداعمة

يتعين على الكيانات الداعمة، بما في ذلك القطاع العام والخاص، أن تشجع رواد الأعمال على تحقيق نمو حقيقي لأعمالهم، وليس مجرد محاولة التأثير على الأطراف المعنية لجذب المزيد من الأموال التي لا تؤدي سوى لاستنفاد جهود الشركة. وفيما يلي بعض الأفكار حول كيفية توجيه هذا الدعم:

- **الدعم الحكومي:** لا يمكن إنكار أن توفير البنية التحتية القانونية المناسبة، وكيانات التمويل ذات الصلة، ومختلف برامج حاضنات الشركات وتسريع الإجراءات يمكن أن يساعد في دعم منظومة ريادة الأعمال، إلا أن نشر عقلية ريادة الأعمال بين الأجهزة الحكومية هو ما سيحدث فرقا حقيقيا.

دمج هذه العقلية مع الخبرة والموارد المتوفرة لدى مختلف المؤسسات الحكومية، يؤدي إلى وجود قدرة دائمة على الابتكار وطرح حلول مختلفة يمكن تصميمها لتلبية الاحتياجات الأساسية للشركات الناشئة وفقا لتطورها السريع واحتياجاتها طويلة الأجل.

وإشراك رواد الأعمال في الكيانات الحكومية يتطلب بذل جهود ضخمة من الجانبين لإنشاء أرضية مشتركة برؤية ولغة واحدة من شأنها تقديم الدعم الديناميكي اللازم لمنظومة ريادة الأعمال.

- **إنشاء مراكز تجارية إلكترونية (e-Hubs):** يعد إنشاء مراكز تجارية تختص بريادة الأعمال (entrepreneurial hubs (e-Hubs) في المنظومة أحد أقوى وسائل إحداث تغييرات إيجابية وتوفير دعم عملي يعزز الشركات الناشئة ويرفعها للمستوى التالي، بصرف النظر عن المرحلة التي تمر بها.

تتبع المراكز التجارية الإلكترونية نهجا شاملا حيث تضم شبكة من الشركاء (من القطاعين الخاص والعام) المصنفين وفقا لمعايير مختلفة، ويتشاركون رؤى مماثلة، بالإضافة إلى أنواع مختلفة من الدعم للمنظومة بحسب ما هو مطلوب بالفعل على أرض الواقع، ويرتكز كل منها على أقوى نقاط الدعم المقدم.

وتتيح المراكز الإلكترونية المرونة وسرعة الحركة، وهي أمور غير شائعة في بعض أشكال الدعم المحددة؛ حيث تخلق البيئة المناسبة لتطوير أي شركة ناشئة، بداية من صياغة الفكرة وتصورها وحتى مراحل النمو المتقدمة. ويمكن وضع برامج معينة لتقديم الدعم في مراحل معينة لنمو الشركات الناشئة، ثم تستطيع هذه الشركات العودة إلى المركز الإلكتروني بعد الانتهاء من جولات مختلفة من حاضنات الأعمال ودورات الاستثمار ... إلخ للبحث عن البرنامج المناسب لمساعدتها على اتخاذ الخطوة التالية إلى الأمام.

- **التمويل كحافز:** يجب أن يُنظر إلى التمويل دائما على أنه وسيلة لتحقيق النجاح، وليس غاية في حد ذاته، فلا ينبغي النظر إليه على أنه تقييم نهائي لإمكانيات فريق العمل والمنتجات/ الخدمات المقدمة، بل كأداة تضمن بدء التشغيل لبعض الوقت لاستثمار الجهود في إضافة قيمة حقيقية إلى السوق.

عند تأمين جولات الاستثمار، يمكن للمستثمرين اتباع مخطط مرحلي لضخ الأموال في المؤسسة وفقا لمرحل متفق عليها، على أن تكون هذه المراحل عملية، بحيث تتضمن كل مرحلة منها تقديم ميزة/ منتج/ خدمة جديدة للعملاء تتبع الأسلوب السريع لتطوير البرمجيات. وبمجرد بلوغ الشركة الناشئة لمرحلة ما يتم تسليمها المزيد من الأموال للعمل على تحقيق الخطوة التالية.

وبهذه الطريقة يصبح التمويل أداة تحفيزية للتقدم؛ ومن ثم تركز الشركات الناشئة على تقديم وإضافة قيمة من أجل الحصول على تمويل جديد، وبالتالي لن تهدر مواردها المحدودة على التباهي من خلال حملات التسويق غير الضرورية، وتستمر في تكريس جهودها للتطور والنمو الحقيقي على أرض الواقع.

- **التمويل من خلال الخدمات المصرفية:** تشكل الخدمات المصرفية وجهة مليئة بالتحديات عندما يتعلق الأمر بالحصول على تمويل للشركات الناشئة بسبب ارتفاع المخاطر المرتبطة بإنشاء أعمال جديدة، إلا أنها محورية في تقديم الدعم المالي في العصر القادم.

ويمكن تقديم تسهيلات مصرفية مصممة خصيصا للشركات الناشئة من خلال المراكز التجارية الإلكترونية، والتي يمكن أن تعمل على سد الفجوة بين ريادة الأعمال والخدمات المصرفية لتوحيد اللغة وبناء أرضية مشتركة للتفاهم، والاستفادة من الاهتمام المتزايد من جانب القطاع المصرفي للعب دور نشط في تطوير منظومة ريادة الأعمال، والاستعداد لتشكيل القطاع بأكمله ليكون قادرا على طرح نماذج مالية جديدة تناسب مراحل النمو المختلفة وليس فقط الشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة.

ومن ناحية أخرى، يمكن للشركات الناشئة المشاركة من خلال الخدمات التي تقدمها لتوفير حلول متنوعة للمنظومة من شأنها أن تساعد في تحسين جاهزية البنوك، وأهليتها للتقدم للحصول على التمويل من خلال القطاع المصرفي.

- **التوفيق بين الأعمال التجارية:** يجب على المؤسسات الداعمة أن تخصص مزيد من الوقت والجهد لخلق فرص للتوفيق بين الأعمال التجارية، لأن ذلك هو أكثر السبل أمانا لزيادة الجذب وخلق تدفق المعاملات التشغيلية.

كما أن إنشاء قنوات لتمكين الشركات الناشئة من تقديم خدماتها بالكامل وإبراز إمكاناتها، هو أمر يجب التعامل معه بشكل مبتكر وليس فقط من خلال الأنشطة الاستثمارية والفعاليات الترويجية.

ويجب تصميم برامج وأنشطة ومنصات (باستخدام التكنولوجيا) لفتح قنوات بين قطاعات الأعمال المختلفة والمنظومة تمكّنها من التعبير عن احتياجاتها، ويتم تسهيل هذا التوفيق بعد تلقي عمولات وفقا لقدرات المنظومة. وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا التوفيق يضيف بعدا عالميا للشركات الناشئة، لأنه ليس له حدود مادية فيمكن أن تأتي الفرص المشتركة وعمولات الشركات من أي مكان في العالم، وبالمثل ترسلها الشركات الناشئة من أي مكان كذلك.

الأبطال الخارقون

يجب أن يدرك الأبطال الخارقون أهميتهم الحقيقية، وأن جزءا من دورهم هو إضافة قيمة للاقتصاد ليس فقط من خلال تقديم منتجات/ خدمات فريدة جديدة، ولكن أيضا من خلال المشاركة في بناء نماذج أعمال ناجحة ومستدامة.

لذلك، وبالإضافة إلى بذل جهودهم واهتمامهم الكامل لتنمية عمليات المعاملات مع الابتعاد عن الأوهام التجارية والتسويقية المبالغ فيها، يتضمن الجزء التالي بعض الاستراتيجيات التي يجب اتباعها والتي ستساعد الشركات الناشئة في رحلة نموها:

- **بناء فرق العمل:** يفضل رواد الأعمال العمل بمفردهم لأنهم يعلمون أنه لن يفهم شغفهم أشخاص كثيرون، أو لن يكون بمقدورهم منح مساعيهم الجديدة الاهتمام الذي تستحقه، وهو ما يتركهم وحيدون في مواجهة التحديات ويتسبب في إرهاقهم طوال مدة حياتهم المهنية.

إن تخصيص بعض الوقت لبناء فريق عمل مناسب وإنشاء قيادات يجب أن يشكل أحد أجزاء الحياة اليومية لكل رائد أعمال لضمان استمرارية عمله. ويمكن القيام بذلك باتباع طرق بسيطة للغاية للتدريب والتوجيه؛ إلا أن أهم عنصر لنجاحها هو اختيار المجموعة المناسبة والجديرة بالثقة والإيمان بقوة العمل الجماعي.

- **عمليات التشكيل:** تحتاج العمليات المتعلقة بعمل الشركات الناشئة إلى بعض التشكيل، فالبقاء ديناميكيا هو أحد السمات الأساسية للشركات الناشئة ويجب الحفاظ عليه دائما، ولكن القيام بالأشياء الصحيحة بشكل صحيح يحتاج إلى توحيد معايير أنشطة العمل الرئيسية دون الوقوع في بيروقراطية عالم الشركات.

السعي لإنشاء نموذج عمل يدمج أفضل ما في العالمين هو الحل النهائي لتكون الشركة الناشئة مؤسسة مستدامة تستلهم روحها من الأبطال الخارقين الذين يمكنهم دائما التحمل والنمو بمرور الوقت.

ولا بد من وجود بيئة عمل صحية في الشركات الناشئة مع إتاحة مساحة كافية للإبداع والابتكار لفريق العمل؛ ولكن ينبغي وضع قواعد أساسية لتوثيق مراحل العمل، بالإضافة إلى تقديم دورات تدريبية لنقل المعرفة بين النظراء في العمليات المختلفة لكل شركة ناشئة، مما يضمن استدامة نظام العمل الراسخ وتقديم منتجات/ خدمات عالية الجودة تستكمل أداء فريق العمل بالشركة.

- **اقتحام مجالات جديدة:** يفتح التوفيق بين الأعمال التجارية الباب أمام عوالم من الفرص، ولكن لكي تتمكن الشركات الناشئة من اغتنام اللحظة، يجب أن يكون بمقدورها دخول مجالات جديدة خارج نطاق عملها المعتاد؛ ويتعين عليها تقبل النقد الموجه للحلول التي تقدمها والموافقة على تعديل أفكارها لتوافق الاحتياجات الحقيقية للأعمال والسوق في هذه المجالات الجديدة. وبدخول المجالات الجديدة والتواصل مع الخبراء من خلال نماذج الدعم الحديثة، يمكن للشركات الناشئة أن تنتقل أعمالها إلى مستويات جديدة لم يخطر ببالها أبدا أنه يمكن تحقيقها!

ختاما، كانت ريادة الأعمال الإجابة لأسئلة في الماضي وهي كذلك الآن وسوف تظل كذلك في المستقبل. إلا أن النقلة النوعية ليست مطلوبة فقط من جانب الكيانات الداعمة لريادة الأعمال؛ حيث تحتاج لقدرة كبير من التغيير والمرونة كذلك من جانب رواد الأعمال أنفسهم، والتغيير يتعلق بتحدي جميع المعتقدات الحالية وخلق معايير جديدة. ويبقى النجاح هو السبيل الوحيد للانطلاق شريطة التعاون بنفس الرؤية ولتحقيق نفس الأهداف.

Allis, R. The Early Entrepreneurs. *Hive*.

Casson, Z. and C. Casson 2014. The History of Entrepreneurship: Medieval Origins of a Modern Phenomenon. *Journal of Business History*, 56 (8).

Hur, J. 2019. History of Entrepreneurship. *Be Businessed*.

Price, R. 2011. What is the History of Entrepreneurship? *Global Entrepreneurship Institute*.