



مدخل إلى

ريادة الأعمال

إيمون باتلر

ترجمة: محمد مطيع
مراجعة: نور عبدو - عدنان هريوى



مدخل إلى ريادة الأعمال
إيمون باتلر

تصميم الغلاف : أمين صمعة

الطبعة الأولى 2021



المركز العربي للأبحاث

رقم 4 الطابق الثاني، شارع أبو عنان، الرباط

الهاتف : 212 5 37 70 79 71

www.arabcr.org

رقم الإيداع : 2021MO4852

ISBN : 978-9920-34-561-3

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means whatsoever without express written permission from the Arab Center for Research.

جميع الحقوق محفوظة. لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه بأي شكل من الأشكال، إلا بإذن خطي مسبق من المركز العربي للأبحاث.

مدخل إلى ريادة الأعمال إيمون باتلر

ترجمة: محمد مطيع

مراجعة: نور عبود - عدنان هريوى

حقوق الطبع محفوظة للمركز العربي للأبحاث



المركز العربي للأبحاث

المركز العربي للأبحاث "سابقا المركز العلمي العربي للأبحاث والدراسات الإنسانية"، مؤسسة بحثية علمية عربية تأسست من طرف ثلة من الباحثين بغية المساهمة في إغناء الحركة البحثية في العالم العربي. وبأبي تأسيس هذا المركز في سياق التحولات التي تشهدها البنى المجتمعية في العالم العربي، وهي تحولات تتطلب المواكبة بالدرس والنقد والتحليل. كما يهدف المركز إلى تطوير ونشر المعارف الإنسانية والاجتماعية في العالم العربي، والمساهمة في النقاش العام وتقديم أفكار جديدة ومقترحات لصناع القرار والباحثين، مستلهمين المعارف الإنسانية والنماذج والتجارب الناجحة على الصعيد العالمي.

www.arabcr.org

iea Institute of
Economic Affairs

The copyright permission from the IEA for the translation and
publication of the book:

'An Introduction to Entrepreneurship' by Eamonn Butler
London: The Institute of Economic Affairs, 2020

iea.org.uk

نبذة عن المؤلف

يشغل إيمون باتلر منصب مدير معهد آدم سميث، أحد مراكز الأبحاث السياسية الرائدة في العالم. تحصّل على درجتين علميتين في الاقتصاد وعلم النفس، ودكتوراه في الفلسفة، ودكتوراه فخرية في الأدب. عمل بمجلس النواب الأمريكي بواشنطن خلال السبعينيات من القرن الماضي. درّس الفلسفة في كلية هيلزداال في ولاية ميشيغان قبل أن يعود إلى المملكة المتحدة للمساهمة في تأسيس معهد آدم سميث. فازَ سابقاً بميدالية الحرية التي تمنحها مؤسسة الحريات في فالي فورج (Freedoms of Valley Forge) وجائزة المملكة المتحدة الوطنية للاقتصاد الحر (UK National Enterprise award). ويشغل حالياً منصب سكرتير جمعية مون بيلران. له عديد من المؤلفات بما في ذلك مقدمات عن خبراء في الاقتصاد ومفكرين رائدين كأدم سميث وميلتون فريدمان وفريدريك هايك ولودفيج فون ميزس وآين راند. كما سبق ونشر مقدمات عن الليبرالية الكلاسيكية، وعن نظرية الخيار العام، وعن الميثاق الأعظم (الماجنا كارتا) والمدرسة النمساوية للاقتصاد، إضافة إلى (مختصر ثروة الأمم - The Condensed Wealth of Nations) وأفضل كتاب عن السوق ومدرسة الفكر "101 من المفكرين الليبراليين العظماء - 101 Great Liberal Thinkers". فاز كتابه المعنون "أسس لمجتمع حر" بجائزة فيشر لسنة 2014 م. كما شارك أيضاً في تأليف كتاب "أربعون قرناً من ضوابط الأجور والأسعار - Forty Centuries of Wage and Price Controls"، فضلاً عن سلسلة من الكتب عن معدل الذكاء. زيادة عن ذلك، له إسهامات كثيرة في الإنتاج الإعلامي المقروء والمرئي والمسموع.

نبذة عن المعهد الأمريكي للبحوث الاقتصادية (AIER)

الكتاب الذي بين أيدينا إنتاجٌ مُشتركٌ بين معهد الشؤون الاقتصادية والمعهد الأمريكي للبحوث الاقتصادية (AIER). تأسس المعهد الأمريكي للبحوث الاقتصادية في غريت بارينغتون، ماساتشوستس، في سنة 1933م باعتباره أول صوتٍ مُستقل يدعو إلى تفعيل المبادئ الاقتصادية السليمة في الولايات المتحدة. يعمل المعهد اليوم على نشر أبحاث أكاديمية واستضافة برامج تعليمية وإصدار كتب مختلفة. كما يستقبل أيضاً مجموعة من المتدربين والباحثين.

بالإضافة إلى ذلك، يحتضن المعهد برنامج "مجتمع باستيا" المشهور عالمياً، ومشروع السياسة النقدية السليمة (Sound Money) ذو الصيت والتقدير الكبيرين. وجب التذكير أن المعهد الأمريكي للبحوث الاقتصادية مؤسسة خيرية عامة في إطار البند 501 (ج) (3).

أ- مقدمة

محتوى الكتاب

هذا الكتاب ليس كتابًا إداريًا يستعرض كيفية التحوّل إلى رجل أعمال ناجح. بل هو مدخلٌ أساسيٌّ لفهم ماهية ريادة الأعمال وأسباب حاجتنا لها وكيف يمكننا تشجيعها. بناءً على ذلك، يشرح الكتاب مميزات ريادة الأعمال وخصائصها ودورها في تعزيز الابتكار والتقدم والإنتاجية والنمو الاقتصادي. ويُعدُّ ذلك أمرًا مهمًّا لأن هذه الإسهامات الفاعلة والحاسمة لريادة الأعمال لا يستوعبها ولا يفهمها الجميع. وعلى الرغم من أن كتب الاقتصاد المدرسية السائدة غالبًا ما تتجاهلها بشكل كلي، فإنها تجعل من ريادة الأعمال أمرًا بالغ الأهمية بالنسبة إلينا جميعًا كعمال ومستهلكين ومواطنين.

من يستهدف هذا الكتاب؟

من المؤكد أن مديري الأعمال قد يلمسون قيمة هذا الكتاب من خلال تنزيل إنتاجاتهم داخل سياق اقتصادي ومؤسسي وسياسي واسع النطاق. ولكن، يُعدُّ الفرد والمواطن العادي الراغب في فهم دور كل من الابتكار وريادة الأعمال في دفع عجلة التقدم الاقتصادي، الطرف والجمهور الرئيس للكتاب. ويضاف لهذه الفئة غالبية الطلاب الذين يجدون الكتب الأكاديمية المهيمنة في حقل الاقتصاد عقبة ومفتقرة لمعطيات الواقع المعيش والتجارب البشرية.

"إذا سألت الناس عمّا يريدون؛ سيكون جوابهم: خيولاً أسرع".
- هنري فورد؛ صانع سيارات أمريكي

كذلك، لا بُدَّ من أن يكون هذا الكتاب ذا قيمة للقراء في البلدان النامية الراغبين في خفض نسبة مركزية اقتصاداتهم والرفع من درجة حريتها وانفتاحها وتنوعها وديناميكيته وإنتاجيتها وازدهارها من جهة، وللقراء في البلدان المتقدمة الذين يساهمون في صياغة السياسات العمومية والحكومية ولكنهم لا يستوعبون تمامًا دور ريادة الأعمال وأهميتها في الحياة الاقتصادية من جهة أخرى.

الكاتب وريادة الأعمال

لاحظتُ تميّزَ رواد الأعمال بدقّة ملاحظة ثابتة تمكنهم من منح الأفراد فرصًا جديدة قادرة على تغيير حياتهم للأفضل. في سبعينيات القرن الماضي، حطّمت شركة قطار السماء (Skytrain) لفريدي ليكر (Freddie Laker) التكتل الاحتكاري (Cartel) الخاص بشركات الطيران الكلاسيكية. وقد مكّن هذا الأمر ملايين الأفراد من السفر وعبور المحيط الأطلسي بتكلفة معقولة، ثم العودة فيما بعد بأفكار ابتكارية جديدة. كما طوّر كليف سينكلير (Clive Sinclair) آلة حاسبة وساعة رقمية. واخترعت شركة سوني مشغل الموسيقى المحمول (Walkman). وجلب بيل غيتس الحواسيب إلى منازلنا. وربطنا السير تيم بيرنرز جميعًا بالعالم عبر ابتكاره للويب (World wide Web). وقد وضع آيفون ستيف جوبز كل هذه الخصائص، إضافة إلى امتيازات أخرى كثيرة، في جيوب ملياري شخص (لا يتعلق الأمر بشركة الطيران، ولكن بالتأكيد يشمل ذلك كل جداول مواعيد النقل العالمية وتطبيقات الحجز).

ومع ذلك، فالقليل من رواد الأعمال من يُعدُّ اسمه معروفًا ومشهورًا. وإلى حد ما، يمكننا تصنيف ذواتنا على أننا جميعًا رواد أعمال. فعلى سبيل المثال، مباشرة بعد تخرجي من الجامعة، انتهزت الفرصة للهجرة من أجل الهروب من الأزمة الاقتصادية التي ضربت بلدي الأم. وبعد عودتي، سعيت لإنشاء مؤسسة سياسية غير ربحية في وقت كان بلدي في حاجةٍ كبيرةٍ إلى أفكارٍ جديدةٍ. أما الآن، فأسعى إلى سد الفراغ داخل هذا التخصص من خلال المساهمة بإنتاج كتب تهيئدية وكتب مقدمات كهذا

الذي بين أيديك. ففي الواقع، أنا لا أعتبر نفسي رجل أعمال، ولكنني أتصرف بطريقة ريادة.

"إن كون المرء رجل أعمال يعني ببساطة أنه شخص يريد أن يحدث فرقاً في حياة الآخرين".

- السير ريتشارد برانسون؛ مؤسس مجموعة فيرجن

تصوّر لنا الطريقة الكلاسيكية لتدريس الاقتصاد على أن هذا الأخير يُعتبر آليّة قابلةً للتنبؤ والمراقبة، لكن، علمتي التجربة مدى بُعد هذه الصورة عن الواقع المعيش. إذ تدور الحياة الاقتصادية الحقيقية عن الأفراد والعلاقات التي تربطهم، وتحرّك بناءً على أهدافهم وأفعالهم. وتُعزّز روح المبادرة الخاصة بهم الازدهار والتقدّم البشري، إلا أن دور ريادة الأعمال يُتغاضى عنه ويُعيّب في طريقة التفكير السائدة ما أدى لإيقار هذه الروح عن غير قصد في السياسات العمومية والحكومية القائمة على هذا النهج الفكري. يتعين علينا إذا إعادة دمج وتأهيل منظومة ريادة الأعمال في طريقة التفكير الاقتصادية والسياسية السائدة. فإذا كان تتوفر في جميع أنحاء العالم دورات تكوينية متخصصة في الفن والموسيقا تقدّر، يجب أن تتاح أيضاً دورات تقدّر وتُعزّز مساهمة ريادة الأعمال في تحسين ظروف حياتنا.

بنية الكتاب

يُعدُّ هذا الكتابُ بمثابة مساهمة صغيرة في تقدير دور ريادة الأعمال. فهو أولاً يُفسر لنا لماذا يتعيَّن علينا الاهتمام بريادة الأعمال؟ وماذا تعني بالنسبة إلى الابتكار والازدهار؟ وكيف يمكننا تشجيعها؟ ثم يُحلِّل الطريقة التي يتحدث بها العامة عادة عن ريادة الأعمال مُحاولاً استخلاص الفكرة الأساسية لمعرفة ما الذي يُحجز رُوَّاد الأعمال حقاً.

يتناول الفصل الرابع النظريات المختلفة للدور الاقتصادي الفعلي لريادة الأعمال، بينما يُبيِّن الفصلان التاليان، أي الخامس والسادس، أهميتها الاقتصادية والاجتماعية، وانتشارها على مستوى العالم وعلى مستوى مختلف الصناعات.

أما الفصل السابع، فيكشفُ الجانب السلبي لريادة الأعمال عند استعمالها في التلاعبات المتعلقة اللوائح التنظيمية بدلاً من استخدامها لخدمة الزبائن. ويتساءلُ الفصل الثامن عن دور الحكومات في تشجيع تطور ريادة الأعمال. وتتَلخَّصُ إجابة الكتاب في هذا الإطار في أن صناع القرار يخطئون في استيعاب ماهية ريادة الأعمال في غالبية الأحيان، فيغفلون شرط اشتغالها بطريقة جيدة والمرتبطة بضرورة توفر اقتصاد مفتوح وتنافسي. وفي الفصل الأخير، يُختتمُ الكاتب كتابه بوصف البيئة السياسية اللازمة لضمانِ اشتغالِ فعالِ لريادة الأعمال يُمكن من تحصيل نتائج إيجابية دونَ الحدِّ من مردوديتها.

2 - لماذا ينبغي الاهتمام بزيادة الأعمال؟

العامل غير المرئي للإنتاج

تشكّل زيادة الأعمال أهمية بالغة بالنسبة لنا أكثر مما نتصوره. فرغم إدراك معظمنا أن الأرض، واليد العاملة، ورأس المال، ضروريون لإنتاج السلع وتوفير الخدمات التي تساهم في تحسين ورفع من جودة حياتنا، فغالبيتنا لا تستحضر أن زيادة الأعمال تشكّل العامل غير المرئي من عوامل الإنتاج. إذ تظل كل من عوامل الأرض واليد العاملة ورأس المال معطّلة وغير قادرة على الإنتاج حتى يتم استثمارها بفعالية. فهم بحاجة إلى التأطير والتوجيه والتركيز من طرف عقل بشري ريادي قادر على إدراك كيفية استخدام جميع هذه العوامل لخلق قيمة مضافة.

"حدد الاقتصاد الكلاسيكي أربعة عوامل أساسية للإنتاج: الأرض واليد العاملة ورأس المال وزيادة الأعمال. مع بعض الاستثناءات، غيب العامل الأخير، جنبًا إلى جنب العمل الهادف، من النظرية الاقتصادية في وقت ما في بداية القرن العشرين".
- فريديريك سوتيه

في الواقع، تم تغييب وإغفال زيادة الأعمال لدرجة يُعتَبَرُ مفهومها حديثًا نسبيًا. يُعوَدُ أصل الكلمة إلى المصطلح الفرنسي "أخذ على عاتقه- entrepreneur" المُستعمل في القرن الثالث عشر، والذي يعني الإقدام على شيء ما. وبحلول القرن السادس عشر، استُعمل للإشارة إلى الأشخاص الذين يديرون أعمالًا تجارية. كما استخدمه الاقتصادي الإيرلندي الفرنسي ريتشارد كانتيلون (1680-1734) سنة 1730م لوصف كل شخص جازف ماليًا لإدارة عمل تجاري. وقد استعمله الاقتصادي الفرنسي جان بابتيست ساي (1767-1832) أيضًا في سنة 1803م عندما شرّح الدور الرئيس لروّاد الأعمال والمتمثل في إيجاد التوظيف المناسب للموارد لجعلها أكثر إنتاجية.

وفي سنة 1848م، فسّرت الفكرة أكثر عندما عرّف الفيلسوف والاقتصادي البريطاني جون ستيوارت ميل (1806-1873) رواد الأعمال على أنهم كل الأشخاص القادرين على تحمل المخاطر وإدارة الأعمال. واليوم، يُركّز الاقتصاديون على أن دور رواد الأعمال يتمثل في الابتكار، أو في رصد الفرص، أو في المجازفة في عالم يتسم بعدم اليقين. وفي هذا الصدد، لا تزال المحاولات متواصلة ومستمرة لشرح وتوضيح هذا المفهوم أكثر.

الابتكار والنمو الاقتصادي

لا يُعدُّ أي جانب من جوانب زيادة الأعمال أكثر أهمية للتقدم البشري والنمو الاقتصادي من الجانب الابتكاري. فلا يُعتبر التقدم والنمو مجرد نتيجة لتوظيف مُكتفٍ لعوامل الإنتاج المرئية، بل هما، إلى حد كبير، نتيجة للابتكار الخفية في جعل النشاط الاقتصادي البشري أكثر إنتاجية. ففي ظل اقتصاد تنافسي، يُواجه رواد الأعمال ضغوطات مستمرة بهدف الابتكار. فهم يسعون جاهدين لإيجاد طرائق أكثر فاعلية من حيث التكلفة لخلق منتجات أرخص وأفضل وأسرع وأكثر إتقانًا ودكاءً، وذلك بهدف جذب الزبائن. (فكر مثلاً في التطور الذي عرفته تكنولوجيا الهواتف أو السيارات، والثورات التي طرأت على كيفية تصنيعها). يُفسر هذا الضغط المستمر لرفع الإنتاجية - أي إيجاد عمليات أكثر كفاءة ومنتجات أكثر فاعلية - معظم التحسينات التي حدثت على مستويات معيشتنا. ففي الواقع، في الخمسينيات من القرن الماضي، اعتبر الاقتصادي الأمريكي الحائز على جائزة نوبل روبرت سولو (1924 -) أن 87% من النمو الاقتصادي الملحوظ تُفسَّر بالابتكار (Solow 1956). بالإضافة إلى ذلك، يُعتقدُ كاتب العلوم البريطاني مات ريدلي (1958-) أن هذا الرقم قد تجاوز تلك النسبة اليوم، وذلك لأن الأجهزة والآلات الجديدة والأساليب الأكثر فاعلية تسمَح لنا بتوفير الوقت والموارد بهدف تخصيصها لتلبية احتياجاتنا ورغباتنا (Ridley 2020).

يقول خبير الإدارة الأمريكي بيتر دراكر (1909-2005) إن الابتكار لا يخلق منتجات أفضل فحسب، بل يخلق موارد جديدة أيضًا، بحيث يُحوّل رواد الأعمال الأشياء التي لا قيمة لها مثل الرمل، إلى أشياء ذات قيمة مثل رقائق الكمبيوتر المصنوعة من السيليكون (Drucker 1985). وبالتالي، يُمكن استخدام هذه الموارد الجديدة في إنشاء أشياء ذات قيمة أكبر مثل الهواتف الذكية والروبوتات والسيارات ذاتية القيادة.

ولكن يجب أن نعلم أن الابتكار لا يقتصر فقط على المعدات الجديدة، بل إنها "الموازن العظيم" كما يقول ريديلي (2020). فاليوم، أصبح يمتلك مواطنو بلدان العالم المصنفة بالفقيرة هواتف محمولة مثل تلك الموجودة والمتوفرة في الدول الأكثر ثراءً. كذلك، يُعدّ الابتكار السبب في خفض نسبة الأشخاص التي تعيش في فقر مدقع. وما زالت هذه النسبة مستمرة في الانخفاض أكثر.

بالتالي، يعمل الابتكار على تحسين حياتنا. تُوجد صلة قوية بين الابتكار وعدد الشركات الجديدة الناشئة. فالصناعات سريعة النمو (مثل تكنولوجيا المعلومات، والذكاء الاصطناعي، والواقع الافتراضي، وتكنولوجيا التفانات الحيوية، والرعاية الصحية عن بُعد، والتكنولوجيا المالية) هي وليدة شركات جديدة ناشئة، وليست شركات قديمة راسخة (Sanandaji and Sanandaji 2014). بالتأكيد، إن الشركات الكبيرة، بما تتمتع به من رأس المال وموارد بشرية، من الممكن أن تكون ريادية أيضًا. ونذكر على سبيل المثال شركة سوني التي قامت باختراع مشغلات الموسيقى المحمولة والمسماة Walkman. لكن، تظل الشركات الجديدة والصغيرة والناشئة، معاً، مسؤولة عن غالبية الابتكارات وعن خلق فرص الشغل الجديدة.

كيفية تعزيز ريادة الأعمال

يخشى بعض الغربيين أن تتراجع ديناميكية أعمالهم الريادية وتستمر في الانحدار. فقد تباطأ معدل الشركات الناشئة الجديدة، وأصبحت الشركات الأقل إنتاجية تظل صامدةً وعلى قيد الحياة فترةً أطول، في حين أن الشركات ذات الإنتاجية العالية

تُوظَّف التكنولوجيا بشكل أكبر مقارنة باليد العاملة والموارد البشرية (Decker et al. 2016). ونظرًا إلى الأهمية الاقتصادية التي يكتسبها رواد الأعمال في تعزيز الإنتاجية من خلال طرح منتجات جديدة واستخدام عمليات مبتكرة، بالإضافة إلى أهميتهم الاجتماعية في تحسين جودة حياتنا، فإن هذا يجعلنا نطرح سؤالاً في غاية الأهمية: هل ما يزال صُنَاع السياسات في الغرب مُلتزمين بتوفير الظروف المناسبة لازدهار ونمو روح ريادة الأعمال؟ وما الذي يتعين عليهم فعله لتشجيعها ودعمها؟

للأسف، لا توجد إجابات سهلة على هذا السؤال. فالحقائق الثابتة التي يجب الاعتماد عليها من أجل صياغة الإجابات تظل قليلة بحكم أن ريادة الأعمال صعبة التعريف والتحديد. ويمكن تجسُّدُها في الشركات الصغيرة والناشئة غالبًا، لكن عدد هذه الشركات في بلد معين لا يُمكن اعتباره مقياسًا دقيقًا لريادة الأعمال. ففي الحقيقة، يُوجدُ عديدٌ من الأشخاص ذوو المهن الحرة من صباغي البيوت إلى سائقي سيارات الأجرة، لكن لا يُنظر إليهم عادةً على أنهم رواد أعمال. فهذا المصطلح مُخصَّصٌ للأشخاص الأكثر ديناميكية وإبداعًا؛ للأشخاص الذين يُعيدون تنظيم أساليب الإنتاج ويُبتجون شيئًا جديدًا. وكما بيَّن بيتر دراكر (Peter Drucker) حينما سرَدَ مثال مالك ماكدونالدز، راي كروك (Ray Kroc)، الذي قام بتوحيد منتج العديد من المطاعم الصغيرة في الضواحي الأمريكية محدثًا بذلك ثورة في عملية صنعه ومنشئًا سوقًا جديدةً لتسويقه. ولهذا السبب، يُنظر إليه على أنه رائد أعمال (Drucker 1985):

من المؤكد أن الزوج والزوجة اللذان يفتتحان متجرًا آخر للأطعمة الجاهزة أو مطعمًا مكسيكيًا آخر في الضواحي الأمريكية يخاطران. لكن، هل يمكن اعتبارهم رواد أعمال؟ كل ما يقومون به هو تكرار لما حدث عدة مرات من قبل. فمن خلال تطبيق مفاهيم التدبير والإدارة وأساليبهما (عن طريق الاستفسار عن ماهية "القيمة" بالنسبة إلى المستهلك)، وتوحيد "المنتج"، وتجميع العمليات والأدوات، وبالاستناد في التدريب على تحليل العمل الذي يتعين القيام به، ومن ثم تحديد المعايير المطلوبة، قد حسَّنت ماكدونالدز عائداتها من الموارد كثيرًا بالعمل على تحديثها. كما أنشأت سوقًا جديدة مكَّنت من خلق زبائن جدد... وهذا ما يسمى بريادة الأعمال.

قد يسعى صنّاع السياسات إلى تعزيز والدفع بزيادة الأعمال من خلال تقديم الإعانات والدعم وغير ذلك من المساعدات للشركات الجديدة الناشئة. وقد يُؤتي ذلك أكله بمساعدة البعض من رواد الأعمال على تحقيق الازدهار. ولكن، في الحقيقة، قد يُؤدّي هذا الأمر إلى إهدار أموال دافعي الضرائب في دعم العديد من الشركات الجديدة التي لا تتمتع بأي روح ريادية. علاوة على ذلك، تصل نسبة الشركات الجديدة التي تفشل في بدايتها إلى معدّل شركة من أصل كل خمس شركات جديدة في غضون سنة واحدة، ويرتفع هذا المعدل ليصل للثلث في غضون سنتين، ونحو النصف في غضون خمس سنوات (مكتب الدفاع عن حقوق الشركات الصغيرة في الولايات المتحدة لعام 2014). (US Small Business Administration Office of Advocacy 2014).

بالتالي، يُصبح عدد الشركات التي استطاعت أن تُحقّق نجاحاً ضئيلاً جداً. في المقابل، يفشل البقية لأسباب مختلفة قد لا تكون متعلقة بمدى ريادية أعمالهم أو مدى اعتمادهم على الابتكار في عملية صنعهم لمنتجاتهم ومدى فائدة هذه الأخيرة بالنسبة للمستهلك. وعليه، إذا وُظفّت أموال دافعي الضرائب في دعم جميع الأعمال التجارية الجديدة بدون استثناءات، فلن تُفيد إلا القليل من الشركات الناشئة ولن تُحقّق إلا عدداً قليلاً من النجاحات، ويُمّ بذلك تبذير هذه الأموال في إنتاج الإخفاقات بدل تفاديها. وللأسف، لا توجد طريقة ومعايير واضحة للتنبؤ بالشركات الجديدة القادرة على تحقيق نجاح في المستقبل، ما يجعل محاولات الحكومات فاشلة في غالبيتها في "اختيار الفائزين" بالدعم والإعانة.

التشجيع على التجربة

يعتبر بعض الاقتصاديين أن الاستراتيجية الأفضل لتشجيع زيادة الأعمال تتمثل في محاولة خلق الظروف المناسبة لتسهيل عملية نشأتها ونموها وازدهارها (انظر على سبيل المثال، Lerner 2009). إن عملية زيادة الأعمال، التي تُؤدّي إما لفشل الشركات ومنتجاتها الابتكارية أو تُساهم في تحقيقها لنجاح اقتصادي، هي عمليةٌ تطويريةٌ تُشبه إلى حد كبير عملية الانتقاء الطبيعي التي تتطور بها الكائنات الحية. فكلما زادت

نسبة تشجيع التجارب الريادية، زادت فرص تحقيق النجاح. وبناءً على مبدأ "التجربة والخطأ"، فكلما زادت احتمالية السقوط في الفشل وكانت عملية التعافي موازيةً له ومستمرةً، أصبحت عملية زيادة الأعمال، ككل، أكثر نضجاً وخصوبة.

في الواقع، لقد عانى غالبية رواد الأعمال الناجحين حالياً من إخفاقاتٍ متكررةٍ في الماضي. من أجل صناعة وتطوير المصباح، فشل توماس إديسون في أكثر من ألف محاولة. من جهته، كان ستيف جوبز سبباً في خسارة شركة آبل لملايين الدولارات بسبب جهاز (Apple 2) وجهاز (Apple Lisa)، لدرجة وصل فيها لحد الطرد من شركته الخاصة. أيضاً، جرّب السير جيمس دايسون أكثر من خمسة آلاف نموذج أولي قبل صنع المكثسة الكهربائية بدون كيس. كذلك، عندما كان بيتر ثيل يُدير صندوق التحوط (يطلق عليه أيضاً المحفظة الوقائية أو Hedge Fund)، خسِر الصندوق ما يُقارب 95% من أصوله¹. وأخيراً، عندما تفرعت شركة أمازون وبدأت تبيع الألعاب أيضاً بدّلَ الكتب فقط، اشترى جيف بيزوس عشرات الملايين من الألعاب لكنه باع نصفها فقط. أيضاً، فشل موقع بيزوس للمزاد على الإنترنت، كَوْن لديه تجربة مكنته من تطوير وتحسين سوق أمازون. بالتالي، يُعلّم الفشلُ روادَ الأعمال كيفية تحديد وتمييز أي نوع من العمليات والمنتجات مرشح، كما تعلّمهم تجاربهم السابقة كيفية تحديد حاجيات السوق والاستجابة لها.

"أنا لم أفشل، بل وجدت عشرة آلاف طريقة لا يمكن العمل بها."

- توماس أدیسون

على الرغم من وجود بعض العلوم الدقیقة لتشجيع وتحفيز زيادة الأعمال، فإن الأمر لا يخلو من جزء كبير من التخمين والافتراض أيضاً. إن وادي السيليكون (Silicon Valley)، اسم مستعار لمنطقة خليج سان فرانسيسكو الجنوبية التي تضمُّ بعضاً من

¹ Wikipedia (2020) Clarium Capital

كبرى شركات التكنولوجيا المتقدمة في العالم وآلاف الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا، يُعدّ مثال لقصة ناجحة مشهورة يُضربُ بها المثل في قطاع ريادة الأعمال. فقليل من الأماكن، وإن وجدت، كانت قادرة على محاكاته. ويختلف العديد من الخبراء حول ما إذا كان قد أنشئ عن طريق الاستثمار العام أو الخاص. لكن ما هو مؤكد، هو أن وجود شركات "راسخة" قوية، وتوفّر خدمات عامة من قبيل البنية التحتية وعقود الدفاع، قد ساعدا حتماً في تحقيق هذا النجاح (Mazucato 2013). بالإضافة إلى ذلك، يُشكلُ قرينه من جامعة ستانفورد، وهي مؤسسة خاصة، أهميةً بالغةً أيضاً في ذلك.

أيضاً، استفادت المنطقة من قدرتها على جذب اليد العاملة المتنقلة والماهرة والكفاءات ذات التعليم العالي، ومن مناخ أعمالٍ محليٍّ ملائمٍ يَضمُّ بالأساس أصحاب رؤوس الأموال المخاطرين الذين يُمكنُ للشركات الناشئة الحصول على التمويل والمشورة منهم. ثم ساعد تأثير "تكتل" شركات التكنولوجيا الماثلة داخل المنطقة في تعزيز تبادل الخبرات بين الشركات المختلفة وزيادة التخصص في المهن والوظائف المتاحة في سوق الشغل. ربما كانت كل هذه الامتيازات مجرد حظ، إلا أن هذا الحظ قد يجعل المناطق الأخرى تعيش صعوبات كبيرة من أجل إعادة تكوينه وتوفيره.

كيف يُهمَلُ ويُغفلُ الاقتصاديون ريادة الأعمال؟

في الواقع، بالكاد يُمكنُ لخبراء الاقتصاد المنتمين للتيار الاقتصادي السائد تقديم إرشادات وتوصيات فعّالة حول كيفية تعزيز عملية ريادة الأعمال لتجاهلهم شبه الكلي لهذه العملية.

ريادة الأعمال أمرٌ بالغ الأهمية بالنسبة إلينا جميعاً باعتبارها محركاً للنمو الاقتصادي والازدهار (Kritikos 2014). فهي تُحفز وتُوجه وتُنظّم عوامل الإنتاج الأخرى من أجل خلق القيمة. ومع ذلك، نادراً ما يُقدّر الخبراء المنتمون إلى التيار الاقتصادي السائد هذا الدور المحفّز والمهم لهذه العوامل. ففي الكتب الاقتصادية السائدة مثلاً، تُعتبر

الشركة بمثابة فكرة مجردة تمامًا، ولا توجد تفسيرات لسبب وجود الشركات وكيفية نشأتها وتغيرها وتطورها ومدى اختلافها وتنوعها (ربما باستثناء حجمها) وما تعنيه لمؤسسيها وعمالها وزبائنها أو حتى لدواعي فشلها. بعبارة أخرى، غُيبَ العنصر البشري عموماً، والعقول الريادية خصوصاً، من الصورة بالكامل على الرغم من أنهم، خاصة رُوّاد الأعمال، يُعتبرون بمثابة مفتاح لفهم شامل للحياة الاقتصادية باعتبارهم محفزات لسوق الشغل والتجارة والتبادل التجاري. إذ لا يُنتجُ كلُّ من الأرض ورأس المال وحتى اليد العاملة شيئاً ذا قيمة حتى يُوجههم عقل رباذي إلى غاية هادفة. فالرمال تظل مادة أولية بلا قيمة حتى يستعملها البشر في صنع الخرسانة أو رقائق الكمبيوتر. والسلع الرأسالية هي مجرد معدات وآلات معطلة حتى تُشغَّل من أجل إنتاج أشياء ذات قيمة. كذلك، يُعد حفر الخنادق جهداً ضائعاً ما لم يساعدنا في ري الأراضي الزراعية أو توفير قاعدة للمباني أو لأغراض مفيدة أخرى. بالتالي، قبل أن نتمكن من فهم علم الاقتصاد، يتعين علينا فهم الدوافع والتفاعلات البشرية.

ومن المؤسف أن يسهل على الأفراد فهم نموذج "ميكانيكي" بسيط للاقتصاد بدل استيعاب مثل هذه التفسيرات البشرية بالغة التعقيد. في الواقع، إن المفاهيم النظرية، كما جاءت في الكتب التعليمية، أسهل في الفهم والاستيعاب أكثر، لكنها تظل رغم ذلك عقيمة ولا تجسد الواقع. فيعدُّ مفهوم "الأسواق المثالية" مثلاً من المفاهيم السهلة في الاستيعاب، بحيث يُعرَّف على أنه عالم تصوُّريٌّ وتخيُّليٌّ يَضُمُّ مجموعة من المنتجات المتشابهة، ومجموعة من المشترين والباعه المتطابقين ما يجعل التجارة حرة وبدون تكلفة. بيد أن هذا المفهوم يبقى عقيماً لا يُمثِّل الواقع لكون أنه لا يأخذ بعين الاعتبار التغيرات التي تطرأ على السوق الحقيقية المتنوعة.

بالإضافة إلى ذلك، تنبني فكرة "الأسواق المثالية" على ضرورة التدخل الفوري في حالة ما أصبحت الأسواق الحقيقية "غير مثالية". بالتالي، يُصبحُ إلزاماً علينا (أو على ضئاع السياسات الحكوميين تحديداً) التدخل بشكل سريع ومحاولة إعادةنا إلى الحالة "المثالية" عند حدوث أي اختلال. غير أن الإشكال يكمن في أن الأسواق في طبيعتها ليست "مثالية" ولا يمكن أن تكون أبداً. فإذا كانت حياتنا الاقتصادية مثالية، فلن

يَتَوَلَّد لدى أي فرد دافع للابتكار، أو توريد منتج ما، أو بيعه، أو شرائه، ولن تكون هنالك حاجة لتواجد أو توفر سوق أبدا. في الواقع، إن أوجه القصور في الحياة الاقتصادية هي التي تدفع الأفراد إلى الإنتاج وتبادل السلع فيما بينهم. ومع تغير الظروف مستقبلا، ستسعى الأسواق للاستجابة لهذه التغيرات. لذا، فإنها ديناميكية تتماشى مع التقلب المستمر للعرض والطلب على مستوى عدد كبير من السلع والخدمات المتوفرة. ويساهم هذا التقلب، بشكل مباشر أو بدون، في كشف النواقص والفوائض وطرح الفرص الجديدة المتاحة كما لو أنه مجرى سيلان شديد التدفق. وفي هذا السياق، يلعب رواد الأعمال دورا مهما يتمثل في اتخاذ الإجراءات اللازمة للملاءمة تلك الفراغات ومعالجة أوجه القصور باتباع عمليات ابتكارية وطرح منتجات جديدة. وللقيام بذلك، يظل سعيهم مرتبطا بالابتكار. ومن خلال هذا الأخير، يقدمون للناس سلعا وخدمات وخيارات جديدة لم تكن تخطر على بال أحد قبل مجيئهم.

في الحقيقة، يُنجز رواد الأعمال كل هذه المهام دون اعتمادهم أو لجوئهم للمعلومات "المثالية" التي تقدمها الكتب التعليمية. فهم لا يكوّنون أي فكرة أو دراية مسبقة للعمليات المرحة التي يجب اتباعها، والمنتجات التي يجب إنتاجها مع وجود إقبال عليها لدى عامة المستهلكين، ولا عن السعر والجودة اللازمتين لذلك. ففي الواقع، تتمثل مهمتهم بأكملها في التخمين. وفي حالة العديد من رواد الأعمال الناجحين، هو تخمين ملهم ومدروس. يُعرف رواد الأعمال بمجازفتهم، بحيث يتخذون قرارات ذات طبيعة استثمارية، ويُخصّصون جزءا كبيرا من الوقت والجهد ورأس المال وغير ذلك من الموارد لمشاريعهم، بينما في الحقيقة، يواجمون حالة من عدم اليقين بشأن ما قد يحمله المستقبل على مستوى احتياجات وخيارات المستهلكين. من كان يتصور، على سبيل المثال، أن ما يقارب نصف سكان العالم سوف يرغبون ذات يوم اقتناء هاتف ذكي على الأقل؟ هل كان يتوقع أصحاب الموسوعات والخرائط والكتب المرجعية والمذكرات والصحف والآلات الحاسبة والكاميرات ومشغلات الموسيقى أو المخازن الكبرى أن تُنهي الهواتف الذكية أعمالهم؟ فالجائزة في ظل حالة عدم اليقين هي من تُشكّل، وفقاً لبعض المنظرين، تعريفاً دقيقاً لريادة الأعمال. (McMaken 2014)

أهمية المنافسة

تشير الكتب التعليمية أيضًا، في إطار "معلوماتها المثالية"، إلى أن المنافسة حالة ثابتة تتضمن عددًا كبيرًا من المشترين والباعة المتأثرين. ولكن كما أدرك الاقتصادي الأنجلو-نساوي فريدريك هايك (1899-1992)، فإن المنافسة عملية متغيرة وديناميكية ومستمرة يُؤدّي فيها رواد الأعمال وزيادة الأعمال دورًا حيويًا (Hayek 1978).

وصف هايك المنافسة بأنها عملية استكشاف. فبينما يستجيب ويتأرجح رواد الأعمال مع المطالب المتغيرة للمستهلك وتغيرات أسعار الموارد، يتوصلون، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لمعلومات جديدة ولطرق أفضل وأرخص لإنتاج السلع والخدمات اللازمة لتحديد دقيق لاحتياجات المستهلكين ورغباتهم وأذواقهم.

وفي ظل ضغط المنافسة، يكافأ رواد الأعمال في حالة تم تلبية رغبات المستهلك بشكل أسرع. فالفوائض والعجز والفرص هي من المميزات الدائمة للأسواق، وهي بمثابة نتيجة طبيعية لديناميتها وتعقيدها، والتقلبات والتفاوتات اليومية في العرض والطلب والأسعار التي تعرفها. يكافأ رواد الأعمال على وضعهم حدا للفوائض، وسدهم للعجز، واغتنامهم للفرص، وتوقعهم للتقلبات المستقبلية، والعمل مسبقًا على معالجتها. وفي ظل المنافسة داخل السوق، يتعيّن على رواد الأعمال التحرك للاستفادة من الفرص المتاحة بدل استغلالها من طرف الفاعلين المنافسين لهم. لذلك، توجّب تصحيح ومعالجة التفاوتات في السوق التنافسية بطريقة أسرع تتجاوز الحالة الذي يفترض فيها خضوع السوق لسيطرة المخططين الحكوميين أو لهيمنة المحتكرين الذين لا مصلحة لهم في معالجة هذه التفاوتات. وكلما زادت حدة المنافسة، كان رواد الأعمال أسرع في اكتشاف الثغرات والعمل على سدها، وأدق في توقع الحاجيات المستقبلية، وأكثر إبداعًا وابتكارًا في تصحيح الاختلالات، وأسرع في تلبية الاحتياجات الحقيقية للمستهلكين. وكلما تقانوا في طريقة اشتغالهم وعملهم، ساهموا في تحسين أوضاع المجتمع بأسره.

"لا أحد يتحدث عن ريادة الأعمال باعتبارها عملية من أجل البقاء على قيد الحياة، لكنها في الحقيقة هي كذلك وهي مصدر التفكير الإبداعي".
- أُنيتا روديك؛ مؤسّسة شركة BodyShop.

من جهة أخرى، يُمكننا النظر إلى المنافسة على أنها عملية انتقاء تطورية، بيد أنه هذه المرة لا المنتجون، ولا الشركات، ولا رواد الأعمال، من يحدّدون المنتجات التي ستُتّج وتُستعرض بالسوق، بل المستهلكون من يحدّدون المنتجات التي ستلبي متطلباتهم بناءً على عاملي الجودة والسعر. وإذا كان بمقدور شخص آخر تقديم منتج ذو جودة أفضل وبسعر أرخص، سيدفع المستهلكين إلى التخلي عن مورديهم الحاليين وشراء المنتج من المورد الجديد. وكما يقول المثل: "اصنع مصيدة فئران أفضل، وسيجد العالم كله طريقه إليك". بالتالي، فالنجاح في ميدان ريادة الأعمال أكبر من أن يكون مجرد اختراع.

من خلال عملية الانتقاء في الأسواق التنافسية، تُوجّه الموارد مَهجياً نحو مصادد الفئران الأفضل، كما ذكرنا في مثلنا السابق، ونحو الاستخدامات الأخرى التي تُوفّر سلعا وخدمات قادرة على تحقيق قيمة مضافة للمستهلك. إنّ كلّ دينار ينفقه المستهلكون، داخل منظومة هائلة من المعاملات اليومية، يُعدّ بمثابة ورقة انتخائية في عملية اقتراع مستمرة ودائمة. بكلمات أخرى، يرسل كلّ دينار تم إنفاقه إشارةً إلى رواد الأعمال تُعلمهم عن نسبة الإنتاج الخاصة بكل سلعة أو خدمة لسد حاجيات المستهلك. وتعملُ هذه الإشارة على دفعهم إلى تحويل الموارد وعمليات الإنتاج نحو الاستخدامات الأكثر قيمة. كما يقوم الابتكار والبحث عن سبل جديدة لتطوير منتجات أفضل ذات قيمة أعلى بدور مهم في هذا الصدد. وعليه، تُستخدم الموارد المتاحة بأكبر قدر ممكن من الفعالية لتُعزّز القيمة المضافة وتحسين أوضاع المجتمع بأكمله.

"في الديمقراطية السياسية، تُعدُّ الأصوات المدلى بها لصالح مرشح استراتيجية فعالة في عملية تشكيل مسار الأمور، في حين لا تؤثر أصوات الأقلية بشكل مباشر في السياسة. ولكن في منظومة السوق، لا تتم أي عملية تصويت. كل دينار يُنفق، يُنتج قدرة معينة على التأثير في عمليات الإنتاج".
-لودفيج فون ميزس؛ الفعل البشري-

ريادة الأعمال والتنوع

يُعاني النهج الاقتصادي السائد من قصورٍ آخر يمثّل في تقليله من أهمية التنوع لدرجة قد يصل فيها إلى حد التجاهل الكلي. تُعد المنتجات فيما يُسمى "المنافسة المثالية" متطابقةً، ومن الواضح أن هذه المنتجات في الواقع ليست كذلك. يَظهرُ هذا التنوع والتعدد في الخيارات المطروحة في السلع اليومية كالأنواع المختلفة من الشاي، والخبز، والأحذية، والقبعات، والكراسي، والهواتف، والسيارات، والمنازل، وفي مختلف الخدمات أيضًا مثل الحلاقة، والخدمات المصرفية، والترفيه، والتدريب الوظيفي، والنقل، والخدمات البيطرية. في الواقع، صحيح أن نموذج "المنافسة المثالية" ليس أكثر من تجريد نظري مصمم لمساعدتنا على التفكير والفهم، ولكن من خلال التغاضي عن التنوع والتعقيد الحقيقيين للنشاط الاقتصادي، فإنه في واقع الأمر يضلُّنا ويقودنا لتبني بعض الأفكار الخاطئة. إذ إنه يدفع العديد من الأشخاص، على سبيل المثال، إلى اعتبار وجود وتوفر أكثر من مُنتجٍ واحد سواء في السوق للسيارات، أو المواد الكيميائية، أو السفن، أو الورق، أو الملابس، أو أي شيء آخر، على أنه "إهدار". وتُعرف هذه العملية بمسمى "اقتصاد الحجم" التي ترتبط بمقدرة شركة واحدة على إنتاج منتجات بتكاليف أقل مقارنة بباقي الشركات الصغيرة، بحيث يمكن، في الوقت نفسه، توحيد نُظم التوزيع بدون الحاجة إلى الإعلان التنافسي.

ومع ذلك، وبعيدًا عن دعم أي نسخة تبذيرية من منتجات متطابقة، فإن المنافسة الواقعية تُحفِّز رواد الأعمال على إنتاج منتجات مختلفة. فهم يريدون كسب زبائن منافسيهم من خلال تقديم منتجات غير متماثلة، أفضل وأرخص أو كليهما، بحيث

يسعون دائماً لتوفير بضائع متميزة عن الآخرين قادرة على جذب الزبائن وتغيير أنماط إيفاقهم. ونتيجة لهذا، يحصل المستهلكون على مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات التي تتيح لهم إمكانية الاختيار بميزات متعددة وبسعر وجودة مختلفين. لذلك، لا نجد أنموذجان متطابقان تماماً للسيارات أو الحواسيب أو مستحضرات التجميل، بل حتى المنتجات التي تبدو نمطية مثل الصابون أو عصير البرتقال أو الهامبرغر تُصنَّع وتُصمَّم وتُعبأ وتُسوّق لها بطرائق مختلفة. بالإضافة إلى ذلك، فلن نرغب في الحصول على نفس الملابس، أو الأحذية، أو ساعات اليد المستعملة من طرف الآخرين، أو حتى تسريحات الشعر المتبعة من لدنهم. وفي ظل كل هذا، يتغاضى أنموذج "المنافسة المثالية" عن هذا التنوع ما يؤدي به إلى تجاهل الدور الذي تلعبه ريادة الأعمال في خلقه من جهة، وفي دفع عجلة الابتكار والتقدم البشري من جهة ثانية.

يوجد في الواقع المعيش الكثير من المنافسة بالتأكيد. فرؤاد الأعمال لا يسعون إلى تزويد الجميع بمنتجات متماثلة، بل يحاولون جاهدين تحديد أنواع المنتجات التي تعرف إقبالا من طرف المستهلك، وهذا من شأنه تحفيز عبقرياتهم وابتكاراتهم في توفير فعلي لما يريده المستهلكون. وبذلك، يقومون باكتشافات حديثة، ويعملون على تطوير أنظمة جديدة، وتحسين الإنتاجية، وزيادة القيمة، وتعزيز التقدم.

من خلال الأسباب المعروضة أعلاه، يتضح لنا لماذا ينبغي لنا الاهتمام بريادة الأعمال ومحاولة فهمها وتشجيعها (Seth 2019).

3 - وجهات نظر مختلفة عن ريادة الأعمال

الهياكل والأدوار والشخصيات

يَحْسِبُ معظم الناس ريادة الأعمال نوعًا معينًا من الأعمال التجارية، أو مهنة معينة، أو أسلوب تفكير استثنائي قد يمتلكه بعض الأشخاص (Klein and Mariotti 2013). لذلك، يجدر بنا مراجعة هذه الآراء الشائعة بشكل مفضل.

نوع الأعمال التجارية. كثيرًا ما يتم إقران ريادة الأعمال بالشركات الناشئة لدرجة وصل فيها بعض الاقتصاديين لحد اعتماد عدد الشركات الناشئة الجديدة كمؤشر لمدى انتشار ريادة الأعمال في بلد ما. يُعَدُّ في الحقيقة هذا التفسير خاطئًا تمامًا. ويُعزى ذلك إلى:

أولاً؛ وكما رأينا، عدم إمكانية اعتبار شركة تجارية ناشئة شركة تجاريةً رياديةً بالضرورة. ففي كل سنة، تنشأ أعدادٌ كبيرةٌ من المشاريع التجارية كالمقاهي الصغيرة، وصالونات الوشوم، ومحلات إصلاح الدراجات، والمغاسل، ومحلات بيع الصحف، ولكن لا يمكن أن يُطلق على أي منها فعلاً اسم "شركة ريادية".

ثانيًا؛ عدم ارتباط بداية مشروع جديد بريادة الأعمال. صحيحٌ أن الكثيرين يُفضّلون إنشاء شركاتهم الخاصة التي تمكنهم من مواصلة تنزيل أفكارهم بطريقتهم المحددة وتطوير ابتكاراتهم لجني ثمار نجاحهم المنتظر دون الحاجة إلى إرضاء الرؤساء أو تلبية انتظارات المساهمين. لكن، على الرغم من ذلك، يمكن لِمَس حضور وتواجد ريادة أعمال حتى في الشركات القديمة القائمة. فعلى سبيل المثال، تُطوّر شركة فورد تطبيقات لمشاركة ركوب السيارات وتحديد موقع ركها. وتُنشئ أمازون خدمات شبكية إلكترونية لبلدان أخرى. وترى شركة (IBM) في الذكاء الاصطناعي خدمة، وليس فقط معدات أو برمجيات. وتقوم شركة غوغل (Google) بأبحاث في ميدان السيارات ذاتية القيادة وأبحاث الفضاء ومشاريع أخرى. ففي الواقع، يُمكن للشركات الكبيرة أيضا أن تكون فعالة جدًا في تطوير ابتكارات ريادية، وهذا يُفسّر بامتلاكها للموارد اللازمة لدعم هذه الابتكارات والحجم اللازم لتوسيع نطاقها خاصة على الصعيد الدولي.

في الحقيقة، لا يُعدُّ العمل الحر مؤشراً جيداً لقياس ريادة الأعمال (Henrekson and Sanandaji 2014). مرة أخرى، يعتقد الكثير أن أصحاب الأعمال الحرة هم "رؤاد أعمال" في الأصل، وأنهم جميعاً يعملون لحسابهم الخاص، لكن ليس من الضروري أن يكون تصوُّرهم صحيحاً. فعادة لا يُوصف السباكون أو سائقو سيارات الأجرة العاملين لحسابهم الخاص بأنهم "رؤاد أعمال". والأمر سيان بالنسبة إلى المرشدين السياحيين، والمهرجين، ومصممي المجوهرات، والمدراء الشخصيين، والصحفيين، وعمال النظافة، والبستانيين، وجلسي الحيوانات الأليفة، ومعلمي الموسيقى، الذين يعملون جميعاً لحسابهم الخاص. وبالتالي، فإن عدد الأشخاص المتتمين لهذه الفئة لا يمكن اعتبارهم بالضرورة مقياساً جيداً لريادة الأعمال.

في الواقع، قد يكون الأمر عكس ذلك تماماً. تُشير دراسة المراقب العالمي لريادة الأعمال (Global Entrepreneurship Monitor) إلى أن نشاط ريادة الأعمال يرتبط ارتباطاً عكسياً بالعمل الحر². وتفسر هذه العلاقة بأسباب عديدة. فعلى سبيل المثال، قد تُشير المستويات العالية من نسبة العمل الحر في بلد ما إلى أن فئة قليلة من تمتلك الحافز، أو الدافع، أو الموارد، أو الفرصة، للتخلي عن العمل النائي من أجل إنشاء أعمال تجارية ناجحة ومتنامية. بالإضافة إلى ذلك، قد لا يُفكر الأشخاص الذين يعملون لحسابهم الخاص في خلق وتنمية مشاريعهم الخاصة بسبب عدم وجود رأس مال كافٍ لتكبير وتوسيع أنشطتهم. وقد يُؤدِّي ضعف البنية التحتية (مثل الاتصالات والنقل) إلى صعوبة توسيع نطاق الأعمال التجارية خارج المنطقة المحلية. كما قد تكون بعض اللوائح التنظيمية المعقدة من أجل توظيف أشخاص آخرين سبباً مقنعاً لعدم أخذ البقية للمبادرة. تتمتع بعض البلدان الفقيرة بمستويات عالية من العمالة الذاتية، لكن هذا التميز ينحصر فقط في انتشار زراعة الكفاف أو الحرف اليدوية المنزلية في هذه البلدان، ولا يشير بالضرورة إلى انتشار ريادة الأعمال. ولإثبات هذه الحقيقة، تُشير

Global Entrepreneurship Monitor (<https://www.gemconsortium.org>). London Business School: 2

Global Entrepreneurship Research Association

الإحصائيات إلى أنه كلما زاد عدد العاملين على حسابهم الخاص في بلد ما، قلَّ عدد المليارديرات بها (Sanandaji and Leeson 2013).

تُصاغ كثيرٌ من السياسات العمومية المحدودة والخطئة نتيجة الخلط بين ريادة الأعمال والشركات الناشئة أو العمل الحر (Henrekson and Sanandaji 2008). ربما يكون مؤشر الشركات الناشئة ذات النمو العالي - Gazelles Companies (الشركات الناشئة سريعة النمو ذات المبيعات الكبيرة فضلاً عن سجل نمو العائدات المحققة)³، أو حتى مؤشر الشركات أحادية القرن (النادرة) Unicorns Companies (الشركات الناشئة الخاصة التي تبلغ قيمتها أكثر من مليار دولار، وإن كان هذا النوع من الشركات نادراً كما يشير الاسم) أدق، نوعاً ما، من المؤشرات السابقة في قياس ريادة الأعمال. ورغم ذلك، تُركِّز هذه المقاييس فقط على النجاحات القليلة التي تنتج عن العملية الريادية. فهي تُقلِّل من حجم ريادة الأعمال لأنها تتجاهل حجم النشاط الريادي القائم بالشركات، فضلاً عن تغاضيها عن الجزء الأكبر من الجهد الشخصي المبذول من رواد الأعمال والذي قد ينتهي بالفشل. في الواقع، لا يمكن لهذه المؤشرات أن تقيس بدقة معدل ريادة الأعمال بين دول معينة أو فترات زمنية مختلفة، وذلك لأن غالبية الدول تختلف في بنية القوانين، والضرائب، والأنظمة، والمؤسسات، والبنية التحتية، والأسواق، ورأس المال. بالإضافة إلى ذلك، تتغير هذه العوامل داخل نفس البلد مع مرور الوقت. وعليه، تتميز كل دولة وكل حقبة زمنية برواد أعمال محددتين، بيد أن احتمالية تحوُّلهم إلى شركات ناشئة ذات نموٍّ عالٍ أو شركات أحادية القرن (نادرة) يعتمد على العديد من التفاصيل الأخرى.

المهنة. تتمثل الطريقة الأخرى لتعريف رائد أعمال في امتلاك هذا الأخير لشركة صغيرة. بالتالي، يمكن أخذ عدد المديرين المالكين مقياساً لعدد رواد الأعمال في منطقة ما. يمنحنا هذا التعريف ضمانات على الأقل من خلال التأكيد على أن بعض العقول الريادية تعمل في تنظيم موارد الأعمال وإدارتها. وعلى الرغم من أن معظم رواد الأعمال مديرون مالكون أو شركاء تجاريون، لكن، مرة أخرى، يبقى هذا التعريف عامًا يفتقد للدقة. لا

³ من الناحية التقنية، إيرادات تساوي مليون دولار أو أكثر ونحو الإيرادات بنسبة 20% أو أكثر على مدى أربع سنوات

يمكننا عادةً وصف مالك مقهى صغير أو متجر صغير لا يفكر أبدًا في توسيع نشاطه الاقتصادي على أنه رائد أعمال. ومن المرجح أكثر أن نعتبر كل شخص يمتلك شركة صغيرة ويديرها ويحاول جعلها أكبر وأفضل من خلال تبسيط إنتاجها، والبحث عن أسواق جديدة لمنتجاتها وتدير نموها، رائد أعمال. علاوة على ذلك، ليس كل رواد الأعمال مديرين مالكين، قد يكون العديد منهم موظفين في شركات كبيرة، وقد يكون بعضهم من المبدعين الذين يُفوضون إدارة أعمالهم لأشخاص آخرين.

يُعرف البعض رائد أعمال بالشخص الذي يمتحن عملية خلق المنتجات وإنتاجها وتسويقها. إنهم أفراد ينتجون ابتكارًا تلو الآخر كما بإمكانهم إنشاء شركات جديدة للتخصص في كل ابتكار على حدة. هؤلاء يُسمون رواد أعمال متسلسلين (serial entrepreneurs). تُوجد اليوم أمثلة كثيرة عنهم، نذكر منها: ستيف جوبز (أبل - Apple، نيكست - NeXT، بيكسار - Pixar)، وإيلون ماسك (سبيس إكس - SpaceX، تيسلا - Tesla، سولار سيتي - SolarCity)، والسير ريتشارد برانسون (تسجيلات فيرجن - Virgin Music، خطوط فيرجن أتلانتيك الجوية - Virgin Atlantic، قطارات فيرجن - Virgin Rail) والسير جيمس دايسون (المكانس الكهربائية، أجهزة تنقية الهواء، الغسالات، مجففات الشعر والإضاءة) وآخرون. أيضًا، يُمكن ضم أوبرا وينفري لهذه الفئة، إذ إن أوبرا معروفة ببرنامجهما الحوارى التلفزيونى فى الولايات المتحدة. فقد أنشأت شركة (Harpo Productions) لاستغلال حقوقها وأطلقت شبكة أوبرا وينفري، المؤسس المشارك للمحطة التلفزيونية (Oxygen). بالنسبة للعديد من رواد الأعمال المتسلسلين، وهم من المليارديرات بالفعل الآن، لم تعد المكافأة المالية مهمة بالنسبة إليهم. فهم ببساطة مدفوعون ومُحرَّكون بتجربة أشياء جديدة.

العقلية. إذا، هل تكون ريادة الأعمال عملية عقلية تفصل رواد الأعمال عن البقية؟ عند الحديث عن رواد الأعمال، يفكر معظم الناس في إبداعهم، وابتكاراتهم، ومخترهم عن التجديد، ويقظتهم لاستغلال الفرص، ومقدرتهم على الخروج عن النظام السائد، وربط هويتهم الشخصية بشركاتهم ومنتجاتها، والتزامهم المطلق بالأسلوب والجودة

والإدارة. إلى جانب هذه الخصائص، تلعب كل من الثقة، والخبرة، والقدرة على القيام بمهام متعددة، والاستعداد لتحمل المخاطر، دوراً مهماً أيضاً (Foss and Klein, 2010).

لا تتوفر كل هذه الصفات الشخصية في جميع رواد الأعمال، كما لا تشملهم بنفس النسبة والقدرة. فقد نجد منهم المبتكرين والمنقيين عن الفرص، لكنهم يفتقدون في نفس الوقت لمهاراتي الإدارة والتسيير. كذلك، ثمة مدراء جيّدون يخطؤون في القراءة والفهم الجيدين لبنية السوق. على سبيل المثال، يزخر وادي السيليكون بـ "غربي الأطوار Nerds" والمهوسين الذين لا ينفكّون عن إرشاد الناس، وبالمدراء ذوي الكفاءة العالية الذين يسيؤون فهم واستيعاب أسواقهم ومنتجاتهم. يُعدّ ستيف جوبز مثلاً فعلياً على النوع الأول، وجون سكاللي John Sculley -الذي أطاح به فترةً وجيزةً من شركة آبل- مثلاً على النوع الثاني.

"أنا مقتنع بأن نصف ما يفصل رواد الأعمال الناجحين عن رواد الأعمال غير الناجحين هو المثابرة البحتة".

- ستيف جوبز؛ الشريك المؤسس لشركة آبل -

يتلخّص الإشكال هنا في صعوبة قياس السمات العقلية هذه. كيف يمكننا قياس وحساب كل من "التأهب" أو "الإبداع" أو "العزم"؟ بمثابة وسيلة لمعرفة حجم ريادة الأعمال الذي نمتلكه، أو ما إذا كانت السياسة العامة تعمل على تعزيزها أو تعطيلها، فهذا لا يُقدّم لنا الفهم والتفسير الكافيين. فضلاً عن ذلك، فإن مجرد امتلاك الناس لهذه السمات لا يعني بالضرورة نجاحهم في تبنى صفة رائد أعمال. قد يمتلكون أفكاراً جريئة وإبداعية ومبتكرة، إلا أنهم لن يتمكنوا من توسيع مشروعهم خارج إطار الشركات الناشئة، أو قد يطوّروا شركاتهم فقط ليصبحوا راضين عن نجاحهم، ما قد يفتح الباب لتفوّق أطراف أخرى ذات جرأة وإبداع وابتكار متميزين (انظر، على

سبيل المثال، (McMaken 2014). ففي ظل الاقتصاد التنافسي، يتعين على رواد الأعمال البقاء على أهبة الاستعداد طوال الوقت من أجل الحفاظ على مكائهم بالقمة.

حجم الشركة وريادة الأعمال

الشركات الكبيرة في مقابل الشركات الصغيرة. يرى الاقتصادي السياسي النمساوي جوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter 1883-1950) أن الشركات الكبيرة قادرة على توجيه وقيادة الابتكار في قطاع ريادة الأعمال لامتلكها لرأس مال كاف، ولموظفين ذوي الكفاءة العالية، ولأنظمة التسويق والتوزيع القادرة على تحقيق النجاح. ولكن في سياق كتابته لكتابه (Schumpeter 1911)، كانت العديد من التقنيات الصناعية الحالية مثل الصلب، والمنسوجات، والكهرباء، والنفط، تتطلب اتباع استراتيجية اقتصاديات الحجم (economies of scale)* التي لا تستطيع إلا الشركات الكبيرة توفيرها.

وعلى الرغم من ذلك، حُصّ شومبيتر في وقت لاحق إلى أن الشركات الصغيرة يمكن أن تتّصف بالمرونة والذكاء، وبالتالي، قد تكون أكثر ريادة من الشركات الكبيرة. وافقه في طرحة عالم الاقتصاد الأمريكي ويليام بومول (William Baumol 1922-2017)، زاعماً أن أكثر الابتكارات الراديكالية المسببة للاضطراب مصدرها الشركات الناشئة، مضيفاً أنه قد تكون الشركات الأكبر حجماً أيضاً ريادة، لكنها تميل إلى إنتاج مزيدٍ من الابتكار التراكمي (Baumol 2002). وهناك عدّة أسباب لحدوث ذلك، فقد تستثمر الشركات الكبرى كثيراً في خطوط الإنتاج الحالية، مما قد يدفعها إلى التركيز على تحسين المنتجات والعمليات المتّبعة، بدلاً من استبدال وتغيير جذري لجزء منها بشيءٍ جديدٍ. نظرًا إلى التزامهم بتكنولوجيا الإنتاج الحالية، قد تواجه الشركات الكبرى صعوبة في تبني أساليب جديدة. ومن الممكن أن تُصعّب مثل هذه القضايا المأمورية على "رؤاد الأعمال الداخليين" في الشركات الكبرى لإبداء وإظهار قدراتهم.

* اقتصاديات الحجم: استراتيجية مُتبعة لخفض التكاليف من خلال زيادة حجم الإنتاج

ومع ذلك، فإن العديد من رواد الأعمال بدأوا مسيرتهم المهنية عند الشركات الكبرى، بحيث تعلّموا وأتقنوا صناعة معينة ما فتح لهم باب استعمالها عند إطلاق مشاريعهم الخاصة.

العوامل المعقدة. ومع ذلك، تعتبر الوضعية أكثر تعقيدًا مما تتصوّر. فوفقًا للخبراء الاستشاريين الدوليين Bain & Co (Zook and Allen 2016)، يُعدُّ الفشل مصير غالبية الشركات الناشئة. وحسب نفس المصدر، من أصل 17 ألف شركة أمريكية، شركة واحدة تنمو لتصل قيمتها إلى 500 مليون دولار. وعلى النقيض من ذلك، فإن الشركات المتواجدة حاليًا التي تستفيد من نشاطها التجاري الأساسي لديها فرصة بنسبة 1 من 8 لإنشاء أعمال تجارية جديدة واسعة النطاق للحفاظ على تفوقها. وعليه، تُصبح فرص نجاح شركة "كبيرة" أعلى بنحو 2000 مرة من فرص نجاح شركة ناشئة.

"إن حياة شركة ناشئة مليئة بالتقلبات، وهي رحلة أشبه بسلسلة من الأحداث العاطفية التي لا يمكنك تخيلها تمامًا إذا كنت قد أمضيت حياتك المهنية بأكملها في شركة ما".

- هارفي ماكي؛ رجل أعمال وكاتب عمود أمريكي

أدرك شومبيتر (1939) فيما بعد أن من الممكن أن يصبح العمال المأجورون في الشركات الكبيرة رواد أعمال أيضًا، غير أنهم في حاجة لاستراتيجية قائمة لدعمهم من طرف الشركات التي يعملون بها. فمن خلال أنشطتهم اليومية، قد يكون رواد الأعمال الداخليين على دراية تامة باحتياجات الزبائن، وقد تكون لديهم العزيمة اللازمة لخلق وصنع منتجات جديدة وتطويرها. غير أنه، وفي ظل كل هذا، يظلون بحاجة لدعم شركاتهم. ولهذا، يجب على الشركات الكبيرة أن تكون بارعة جدًا في ربط عملياتهم، على مستوى التصنيع والتسويق، بالابتكار. كما يجب التوفيق بين البنيات والمشاريع

والأفراد؛ أي إنشاء ثقافة ترحب بتعدد الأفكار والتجارب رغم صعوبة ذلك نظرًا إلى الجمود الذي يرتبط بالحجم غالبًا.

الشركات الكبيرة الصغيرة. وإدراكًا لذلك، تُطوّر العديد من الشركات الكبيرة شركات مع المبادرات الريادية الصغيرة. يُنظّم البعض مسابقات للابتكار للشركات الناشئة أو للطلاب الموشكين على التخرج (Schaeffer 2015)، بهدف تحديد التقنيات المستقبلية وجذب المبتكرين. على سبيل المثال، تُقبّل الابتكارات مثل الحوسبة السحابية والبيانات الضخمة عددًا هائلًا من التطبيقات المحتملة. لذا، فمن المهم امتلاك عدد كبير من العقول النيرة الشابة التي تعمل على مثل هذه القضايا، بدلًا من سلك نهج مؤسسي واحد.

ومع ذلك، تشبه محاولة تحديد المبتكرين المستقبليين للاستثمار عملية مراهنة. وللتقليل من المخاطر، قد تبحث الشركات الكبرى بدلًا من ذلك عن الشركات الموشكة على طرح منتجاتها في السوق، والتي قد تعمل الشركات الكبرى على تعزيز أعمالها أو تكملتها.

تلعب بعض الشركات الكبيرة دور "المسرّعات Accelerators"، إذ تعمل على تسريع نمو الشركات الريادية صغيرة الحجم من خلال تقديم المشورة ورأس المال. وتسمح لهم هذه المسألة من تحسين عملياتهم أو عروض المنتجات الخاصة بهم، أي الخاصة بالشركات الصغرى، مقابل الحصول على المشورة، والدعم على مستوى الاستثمار، ونظام تسويق جاهز، وفهم لمصالح ولطالب المستهلكين بشكل أفضل مما يقدمه المبتكرون بأنفسهم.

تدعم شركات كبرى أخرى مسماة "الحاضنات Incubators"، الأفكار الابتكارية المؤثرة على أمل خلق منتج جديد كلي، تكميلي، أو تحديتي، لعروضها الحالية. على سبيل المثال، تعتبر مجموعة (PSA Peugeot-Citroën) أن مُستقبل خدماتها رهين بتوفير "حلول في قطاع التنقل" بدلًا من الانكباب فقط في صناعة السيارات. لذا، فهي تُشجع على تطوير أفكار جديدة لتحقيق هذه الغاية. وتتنظر IBM أيضًا إلى مستقبلها كمزود خدمات للشركات، وليس مجرد صانع للآلات. تُسمح مثل هذه

الشركات بانتقاء التقنيات الجديدة، والاستفادة من ترسانة فكرية بتكاليف ومستوى مخاطرة أقل.

أنواع رواد الأعمال

الأفراد والمجموعات. رواد الأعمال، إذا، ليسوا دومًا مالكين ومديرين يعملون بمفردهم. فكما رأينا، ثمة "رواد أعمال داخليين" يعملون في شركات كبرى، كما ثمة مبتكرون في شركات صغيرة ناشئة تتعاون مع الشركات الكبرى لتحقيق منفعة متبادلة.

بالإضافة إلى ذلك، لا يعمل رواد الأعمال المستقلين بمفردهم على الدوام. إذ يُنشئ العديد منهم شركات خاصة بهم مثل لاري بايج وسيرجي برين من Google، وستيف جوبز وستيف وزنيك في Apple، وبيل هيوليت وديفيد باكارد من Hewlett-Packard، وبين كوهين وجيري غرينفيلد من Ben & Jerry's، وبين ويليام بروكتر وجيمس غامبل من شركة Procter & Gamble. تتجلى الميزة هنا في أن الشركاء قد يمتلكون مهارات مختلفة متكاملة من أجل تغطية أوجه القصور لدى بعضهم البعض. كذلك، يُمكنهم هذا الأمر من تجربة واختبار الأفكار بعرضها وطرحها على الشركاء. وفي حالات أخرى، يتفق عدد كبير من الأفراد على تأسيس شركات وتميمتها، بل حتى الشركات نفسها قادرة على تكوين شركات ريادية جديدة. ونذكر على سبيل المثال شراكة آبل Apple مع ماستركارد MasterCard لإنشاء فكرة ريادية جديدة تحت مسمى آبل باي Apple Pay.

المبتكرون والمديرون. لتحقيق النجاح، لا يحتاج رواد الأعمال إلى قدرة تتجاوز مسألة امتلاك أفكار ابتكارية، أو الاستعداد لاستغلال الفرص التي يطرحها السوق فقط. بل يتعين عليهم، في واقع الأمر، تحويل رؤيتهم إلى واقع ملموس. ولا يعني هذا الشروع في إنشاء شركة فقط، بل يستلزم توجيهها حتى مرحلة تحصيل النجاحات. وللقيام بذلك، فهم بحاجة لحشد جهد إداري كبير يتطلب منهم، على أقل تقدير، جمع الموارد اللازمة كاليد العاملة ورأس المال، وتركيزها في تحقيق رؤيتهم.

ويُمكنهم توظيف أشخاص ذُوو كفاءة قادرين على معالجة الترتيبات الإدارية مثل تسجيل الشركة، أو الحصول على تراخيص، أو الامتثال للوائح التنظيمية، أو البحث عن الأسواق، أو التفاوض مع مقدمي رؤوس الأموال وملأك الأراضي والموظفين. ولكن، يظلون بحاجة للتوجيه، وإدارة استثماراتهم الخاصة، وتجميع الموارد، وفهم بنية السوق المستهدف. إذًا، ينبغي لرؤاد الأعمال أن يتَّصفوا بسِمات المديرين أيضًا.

رؤاد الأعمال غير التجاريين. يميلُ خبراء الاقتصاد طبيعيًا إلى التفكير في رؤاد الأعمال وريادة الأعمال داخل إطار الشركات أو داخل إطار تجاري. ويرغم البعض أن السعي وراء تحقيق الربح المالي يُشكّل جزءًا أساسيًا من تعريف ريادة الأعمال.

ومع ذلك، عندما نتحدث بلغة مشتركة، نتحدث عن ريادة الأعمال على أنها موجودة في البيئات غير التجارية أيضًا. ويتَّصف "رؤاد الأعمال" بصفة "المجتمعين" عندما يحاولون حشد جهودهم للبحث عن حلول للمشكلات الاجتماعية أو الثقافية أو البيئية، وليس بالضرورة لتحقيق مكاسب مادية. قد يبتكرون مثلًا طرائق للتخفيف من حدة الفقر من خلال توفير بنوك الطعام وتنظيفها، أو عن طريق ابتكار أنواع جديدة من المنازل ذات التكلفة المنخفضة، أو بإيجاد وسائل أفضل لمنح الناس القدرة على الوصول إلى رعاية صحية وتعليم جيدين. فقد يطورون أنظمة جديدة لجمع الأموال لأهداف طبية، أو مساعدة المحسنين في توجيه تبرعاتهم بهدف الرفع من فعاليتها. كذلك، يوجد "رؤاد أعمال أكاديميون" يعملون على خلق مجالات بحثية جديدة، و"رؤاد أعمال سياسيون" ي طرحون الأفكار للنقاش العام، ويخدمون المصلحة العامة بدلًا من مصالحهم الخاصة.

بالإضافة إلى ذلك، لا تقتصر ريادة الأعمال في اللغة السائدة على الأنشطة الخيرية فحسب. بل تشمل أيضًا الأشخاص الساعين لوضع مخططات ذكية للالتفاف على اللوائح التنظيمية أو القوانين الضريبية على الرغم من أن هذه الأنشطة تُعدُّ لا أخلاقية. بالتالي، يظهر أن ريادة الأعمال حاضرة حتى في الأحاديث اليومية وفي كل الأمكنة.

رؤاؤ الأعمال أشخاص غير عاديون

حسب معظم الاقتصاديين، تتطلُّ ريادة الأعمال أمرا نادرا جدا. نظرا لما يواجه رؤاؤ الأعمال التجاريين من تحديات، فهم أمام اختيارات معقدة لما ينبغي إنتاجه وكيفية إنتاجه، ولا يمتلك كل الأشخاص الصفات اللازمة للنجاح في هذه العملية.

التوجه الريادي. يقصدُ بفكرة ريادة الأعمال تحجُّب الاعتماد على المنتجات والطرائق الحالية لمعالجة الأمور. إذ لا يتطلب الأمر الابتكار فحسب، بل يحتاج لتوجيه للموارد أيضا. وحينما لا يسلك رؤاؤ الأعمال نفس نهج السوق، فإنهم لا ينسخون ما يقوم به الآخرون ببساطة. لذلك، يتعين عليهم ابتكار هياكل وبنيات جديدة خاصة بهم. فهم يخاطرون بتبني بنى لا دراية لهم بمدى مقدرتها على الاشتغال، وبعرضهم لمنتجات لا علم لهم بمدى جذبها للزبائن في المستقبل. يعتبر خبراء الاقتصاد أن هذا المزيج من الابتكار والاستباقية والمخاطرة هو بمثابة توجُّه ريادي (Miller 1983)، بحيث يحتاج رؤاؤ الأعمال إلى التحلي بالصفات الثلاث معا. فعلى سبيل المثال، الشركة التي تخاطر من خلال اقتراض مبالغ مالية كبيرة دون أن تنتج شيئا جديدا لا يُنظر إليها عادةً على أنها "ريادية"، والأمر سيان بالنسبة إلى الشركة التي تكثفي بنسخ أعمال الآخرين بدلا من خلق منتج أو تقنية مبتكرة بكفاءة.

العملية الريادية. مع أخذ هذه النقاط بعين الاعتبار، يرى بعض الاقتصاديين أن ريادة الأعمال هي عبارة عن عملية تتجاوز القيام باختيارات معقدة فحسب، بل تشمل سلسلة طويلة من الاختيارات المعقدة التي لا بد من أن تكون صحيحة إذا ما أراد رائد الأعمال أن يحقق نجاحا. وتبدأ هذه السلسلة، أولا، بإدراك واكتشاف الفرص (على سبيل المثال، الفرص الناتجة عن التغيرات التقنية، أو الاجتماعية، أو التنظيمية، أو السوقية). ثانيا، دراسة هذه الفرص لمعرفة وتحديد درجة منفعتها وإذا ما كانت تستحق المخاطرة. ثالثا، بناء تخمينات عن الوضع المستقبلي للسوق وطلبات الزبائن، وتقييم سلس للمخاطر والتكاليف الناتجة عن الفرصة (مثل الوقت والمال والجهد العقلي والبدني). رابعا، يستلزم الأمر تطوير أفضل المنتجات والعمليات لاستخدامها، وتحديد الموارد اللازمة وتجميعها، وإنشاء مشروع جديد وإطلاقه، وتركيز تلك الموارد على

تحقيق الأهداف المسطرة، بالإضافة لإنتاج المنتج وتسويقه. بعد إطلاق المشروع، يجب على رائد الأعمال المستقل تحقيق نجاح مبكرٍ والبناء عليه ليعمل على توسيع نطاق الشركة وإدارة النمو. بالإضافة لذلك، يجب على كل شركة ريادية الاستجابة للتغيرات في النواتج، والأسواق، وظروف العرض، والطلب، والضرائب، واللوائح التنظيمية، والمؤسسات. كذلك، يجب التأكد، خلال كل مرحلة من المراحل أعلاه، من استثمار الموارد بعقلانية. ولا تُعدُّ هذه العملية سهلة بتاتا، ثم إن المهارات اللازمة لإتمام جميع مراحلها لا يتقنها للجميع.

قد يكون هذا هو التفسير في أن نسبة 1 إلى 2% من القوى العاملة تختار بدء أنشطة تجارية جديدة خاصة بها سنويًا. وقد يشرح هذا التفسير أيضًا سبب فشل معظمهم. ومع ذلك، فإن القلة من رواد أعمال الذين ينجحون في ذلك يُعتبرون نشطاء بالنسبة إلينا جميعًا. فهم يرفعون من القدرة التنافسية والإنتاجية للاقتصاد ككل، ويساهمون في تعزيز النمو من خلال تطوير تقنيات جديدة وتقديم منتجات أفضل وأرخص. إنهم ينافسون الموردين الحاليين بدفعهم إما للتطور أو مغادرة السوق. إذ مع دخول شركات جديدة أكثر إنتاجية وانهيار الشركات ذات إنتاجية ضعيفة، يُصبح المزيج الكلي للشركات أكثر إنتاجية وأكثر ملاءمة لواقع السوق. وتُساهم زيادة الإنتاجية وتركيز الموارد من تحسين ظروف المجتمع بأكمله.

العقل الريادي

وعليه، يظل السؤال المطروح متعلقًا بالدافع خلف مخاطرة الناس بوقتهم وجهدهم وأموالهم لتحقيق نتائج غير مؤكدة في عملية ريادة الأعمال الطويلة والمعقدة؟ إن الجواب المباشر الذي يخطر ببالنا من الوهلة الأولى هو إغراء الربح المالي. لكن، في الواقع، ليست الحال هكذا دومًا. يتجسد نمط حياة بعض رواد الأعمال في أن يكونوا مسؤولين عن أنفسهم ومُحيين لحرية الاستقلال الناتجة عن ذلك. بينما يُحبُّ آخرون الإثارة والتشويق الناتجين عن تأسيس مشاريع جديدة، واتباع ما أملاه عليهم حدسهم.

الشخصية. تُركز العقلية الريادية على الفرص أكثر من تركيزها على المخاطر. في الواقع، قد يكون رواد الأعمال ورواد الأعمال المحتملين متفائلين بشكل أكبر من اللازم. في هذا الصدد، أفاد تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال (Global Entrepreneurship Monitor) أن 40% من الأمريكيين يظنون أنه من السهل بدء نشاط تجاري، في حين يرى ما يقرب من نصفهم (49%) أنه يمكنهم إدارة وتسيير شركة (Bosma and Kelley 2019). ونظرًا إلى ارتفاع معدل فشل الشركات المنشأة، فمن المحتمل جدًا أن يكونوا مخطئين في الحالتين.

إن الإبداع أمر مهم وضروري، غير أن رواد الأعمال الناجحين أيضًا ملزمون بالتخلي بأخلاقيات عمل وبدوافع ويطموح قوين. يتمتع كثير منهم بثقة ذاتية كبيرة وبتحفيز وقدرات قيادية كبيرة. فهم يميلون إلى التكيف، والمرونة، والقدرة على التعامل مع الفشل، والضغط. ووفقًا للاقتصادية الأمريكية ديدري ماكوسكي (Deirdre McCloskey 1942)، يحتاج رواد الأعمال أيضًا إلى مهارات اجتماعية جيدة مثل القدرة على إقناع وكسب ثقة كل من الموردّين والمستثمرين وزملاء العمل والزملاء (انظر McCloskey 1994; McCloskey and Klamer 1995).

الميراث. إن معظم رجال الأعمال عصاميون بطبعهم. ففي المملكة المتحدة حيث يُنظر إلى الطبقة الاجتماعية والميراث، عمومًا، على أنها المصدر الرئيس للثروة، تكشف قائمة الأغنياء السنوية لصحيفة (Sunday Times) أن نحو 95% من أغنى 1000 رائد أعمال في المملكة المتحدة هم في الواقع عصاميون. وعلى المستوى العالمي، يُشير التعداد السنوي للمليارديرات (the annual billionaire census) المنجز من طرف شركة أبحاث السوق (Wealth-X) إلى أن واحدًا من بين كل سبعة، أي حوالي (13%)، من المليارديرات العالم قد ورثوا ثرواتهم، في حين أن أكثر من النصف (56%) هم عصاميون تمامًا. وورثت البقية شركات عائلية صغيرة لكنهم طوّروها حتى أصبحت أرباح مما سبق 4. أيضًا، تشير قائمة مجلة فوربس السنوية للمليارديرات العالم إلى أرقام مائة.

الربح المالي. قد تكون الرغبة في الربح المالي عاملاً مؤثراً في نظريات الاقتصاديين حول رواد الأعمال. فقد أفاد معظم رواد الأعمال أن الاهتمام الأولي ليس مرتبطاً بالمال، ولكنه متعلق بالشغف وحب العمل.

يرى الكثير من رواد الأعمال أن الربح ليس أكثر من مجرد تقييم للنجاح الشخصي أو للمكانة الاجتماعية. فلا يستطيع العديد من رواد الأعمال المتميزين (super-entrepreneurs) إيفاق كل الأموال التي يكسبونها، لكنهم رغم ذلك يستمرون في صنع منتجات جديدة وتطوير مبادرات جديدة بنفس الرغبة والحماس. بالنسبة إليهم، تعتبر زيادة الأعمال بمثابة لعبة أكثر من أنها مصدر مالي، ناهيك على أن التشويق الناتج عن اللعبة والرضا عن الذات بعد النجاح، يُمثّلان المكافأة الحقيقية.

التعليم. يعتمد نجاح زيادة الأعمال أيضاً على المعرفة، واستيعاب التقنيات، كما يركز أيضاً على بنية مهيكلّة للأسواق، وللمؤسسات، وللأفراد. يتطلّب الإبداع والابتكار والإدارة، دعامة فكرية ترتكز على الحقائق والخبرة. بالتالي، فإنّ التعليم من الممكن أن يُشكّل عاملاً إيجابياً في تعزيز زيادة الأعمال ومساعدة رواد الأعمال على تحقيق النجاح. تشير الإحصائيات إلى أن جميع رواد الأعمال المتميزين قد تلقوا تعليماً جيداً وتحصّلوا على درجات، على الأقل، أعلى من المتوسط. ففي الولايات المتحدة، تزداد احتمالية حصول رواد الأعمال على درجة الدكتوراه خمس مرات عن البقية على الرغم من أن ذلك قد يتعلّق بطبيعة الصناعات التكنولوجية القائمة على ضرورة التمكن من المكتسبات المعرفية. من جهة أخرى، فقط الثلث (33%) من أصحاب الشركات الصغيرة الأمريكيين من لا يتوقّفون على دبلوم تعليمي جامعي (Sanandaji and Sanandaji 2014).

الخبرة. ورغم ذلك، قد يكون للخبرة أهمية أكبر من التعليم الرسمي. فأقل من عُشر (9%) أصحاب الشركات الصغيرة في الولايات المتحدة قد تحصّلوا على شهادة علمية في قطاع الأعمال، ثم إن العديد من رواد الأعمال المتميزين والناجحين قد تركوا الجامعة (مثل مارك زوكربيرغ مؤسس Facebook، ومصمم الأزياء رالف لورين، ومايكل ديل مؤسس شركة Dell Technologie، ومؤسس Microsoft بيل غيتس، وستيف

جوزب المؤسس المشارك لشركة Apple، والشريك المؤسس لشركة Uber ترافيس كالانيك). وتشكّل هذه الفئة ما نسبته واحد من أصل ثماني مليارات مدرجين في قائمة فوربس، بالإضافة إلى أن هنالك رواد أعمال آخرين لم يلجوا أبدًا إلى الجامعة (مثل المخترع السير كليف سينكلير، والمصممة كوكو شانيل Coco Chanel، ورائد الأعمال التسلسلي السير ريتشارد برانسون، ومؤسس إيكيا إينغفار كامبراد Ingvar Kampgra).

وقد توجد أسباب وجيهة لذلك. يتعلّم بعض رواد الأعمال المتميزين ما يكفي في الجامعة لمنحهم أفكارًا جيدة يمكن تحويلها إلى ربح، في حين أن الأشخاص الذين يُنمّون دراستهم لحد التخرج فعليًا من الجامعة، يميلون في الغالب إلى تجنب المخاطرة أكثر من غيرهم. تختلف القدرة الأكاديمية عن القدرة على امتلاك الأفكار والقدرة على إدارة وتسيير شركة. ففي بعض الحالات، قد تلعب المكتسبات الأكاديمية دور العائق أمام زيادة الأعمال. فلا يُصبح الأكاديميون عادة رواد أعمال (على الرغم من وجود البعض). وعكس ذلك، فإن معظم رواد الأعمال الناجحين هم أشخاص يتمتعون بقدر كبير من الخبرة المكتسبة من التجربة الواقعية. ففي الولايات المتحدة، تجاوز أكثر من نصف رجال الأعمال (60%) سن الأربعين، ناهيك على أن عددًا كبيرًا منهم واجهوا صعوبات شخصية كالانفصال الزوجي (الطلاق)، أو عاشوا لحظات فشل مُتعلقة بأعمالهم التجارية. (في الواقع، يظن واحد على الأقل من أصحاب رؤوس الأموال في المملكة المتحدة أن الطلاق - حالة طلاق واحدة - مقياسٌ جيّد للنجاح التجاري لمؤسس الشركة).

العوامل الاجتماعية

يرى العديد من المحللين أن العوامل الاجتماعية من قبيل الثقافة، والدين، والديموغرافيا، قد تُعزز زيادة الأعمال. فعلى سبيل المثال، قد يُنتج المجتمع الذي يُولّي أهمية كبيرة لتطوير الذات، والعمل الجاد والطموح، والشجاعة، رواد أعمال أكثر من غيره من

المجتمعات. وبالمثل، المجتمع الذي يَعتزُّ بأفراده، أو يحفز الناس على النجاح، قد يُجيب لدى رُوّاد الأعمال المحتملين الرغبة في التفوّق. فالمجتمع الذي لا يخشى التغيير، والذي يرى فيه فرصة بدل الخطر، قد يعمل على دعم (أو على الأقل عدم مقاومة) التغييرات الجذرية التي يصنعها رُوّاد الأعمال.

القيم. تُساهم المبادئ الأخلاقية المشتركة مثل الصدق، والإحساس بالعدالة، واحترام حقوق الملكية للأفراد، في تعزيز ريادة الأعمال. أيضا، قد تُساعد القيم العائلية في هذه العملية بتوفير الأسرة المتأسكة للدعم اللازم لرائد الأعمال من أجل إدارة الأنشطة المحفوفة بالمخاطر، ناهيك عن قيام أفراد العائلة "بالتكفل بالعمل" عند الضرورة. بالإضافة لذلك، يُمكن للقيم الدينية أيضًا أن تلعب دورا مهما. فحسب عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر (1864-1920)، استطاعت البلدان البروتستانتية في شمال أوروبا أن تُحقق نجاحا من الناحية الاقتصادية لأنها صَبَّغت العالم الدنيوي بقيم دينية. وعلى الرغم من أن عالم الآخرة كان بلا أدنى شك بالغ الأهمية، إلا أن فكرهم الدنيوي أكّد على أن العمل على استخدام موارد العالم الدنيوي بطرائق مفيدة يُعتبر فضيلة ويعمل على مساعدة الآخرين أيضًا (Weber 1905).

الهجرة. غالبًا ما تُعد الأقليات بمثابة رُوّاد أعمال ناجحين. في المملكة المتحدة، مثلا، سُبِع (14%) رُوّاد أعمال الشركات الناشئة من مواليد أجنبية، وما يقرب من نصف (49%) الشركات الجديدة السريعة النمو تُصنّف، على الأقل، مؤسس مشارك واحد من أصل أجنبي (Dumitriu and Stewart 2019). وعلى نحو مماثل، نجد أن المهاجرين يمثلون نسبة عالية من رُوّاد الأعمال في الولايات المتحدة. في الواقع، توّصلت دراسة أنجزها أندرسون سنة 2016 أن المغتربين قد أسسوا أكثر من نصف الشركات الأمريكية الناشئة التي وصلت قيمتها فيما بعد لمليار دولار أو أكثر (Anderson 2016).

قدمت تفسيرات مختلفة لهذه الظاهرة.، بحيث اعتبر بعض المراقبين أن الأقليات تظل بحاجة إلى إثبات نفسها، الأمر الذي يحفزها على النجاح. ويشير آخرون إلى أن "الاختلافات الثقافية" لها أيضًا دور مهم في هذا النجاح؛ إذ يأتي المغتربون بأفكار

مغايرة تمكنهم من اكتشاف الفرص التي قد يُقوّتها السكان المحليون بسبب اعتيادهم الطويل على البيئة التي يعيشون فيها.

4 - الدور الاقتصادي لريادة الأعمال

قاربنا حتى الآن ريادة الأعمال من المنظور السائد لدى العامة، إلا أن الاقتصاديين ينظرون إلى ريادة الأعمال بطريقة مختلفة ويكثرون وجهات نظر مغايرة فيما يخص الدور الاقتصادي لريادة الأعمال خاصة لدى المفكرين الفعليين في هذا الموضوع.

الاقتصاد وعدم اليقين

لا تتضمن الكتب الاقتصادية السائدة، كما ذكرنا سابقاً، إلا القليل لثقله عن موضوع ريادة الأعمال. ولعلّ السبب الرئيس لذلك هو ميل الاقتصاديين إلى وضع نماذج خاصة بعلم الاقتصاد مشابهة لنماذج العلوم الطبيعية كالفيزياء والميكانيك. ونتيجة لذلك، يصوّرون النشاط الاقتصادي على أنه تفاعل بين القوى غير الشخصية، ويجاولون تفسير النتائج وتحديد كمياً والتنبؤ بها باستخدام المقاييس العددية والترابطات والرسوم البيانية والمعادلات.

لا تشبه الحياة الاقتصادية شيئاً مما سبق. فلا يمكن للمستثمرين الخبراء التنبؤ الدقيق بأسعار الأسهم اليومية أو بأسعار الصرف الأسبوعية. كما لا يمكن للبنوك المركزية، مع كل الموارد المتاحة لها، أن تتنبأ بشكل دقيق بالنمو الاقتصادي في الربع المقبل من السنة. إن مثل هذه الأمور مستحيل ضبطها لأن الحياة الاقتصادية ليست آلية غير شخصية، بل نتيجة معقدة لأهداف شخصية غير معروفة، ولأفعال متنوعة لا تعد ولا تحصى لأفراد مختلفين يواجه كل منهم ظروفًا متباينة ومتغيرة تتأثر بأحداث طبيعية صعبة التوقع مثل موجات التسونامي العاتية والحفاف.

من جهة أخرى، ولكون أن الأسواق تعرف حالة تغيير مستمر، ومحركاتها تظل غير واضحة، فإن الناشطين في السوق، مثل رؤاد الأعمال، تظل حركاتهم محدودة. وعلى حد تعبير الخبير الاقتصادي بمدرسة شيكاغو فرانك نايت (1885-1972)، يتعين على الجهات الفاعلة في السوق التعامل مع كل من المخاطر المحدقة بهم وبجالة عدم اليقين

التي تُميّز السوق (Knight 1921). تتمثل المخاطرة في تحديد احتمالية وقوع أحداث معينة (على سبيل المثال، يمكن لمشغل الكازينو أن يحسب الاحتمالات على المستوى البعيد لتحقيق الربح على عجلة الروليت بناء على عملية رياضية واستنادا على الخبرة أيضًا. كذلك الأمر بالنسبة لطاولات البلاك جاك). تحصل حالة عدم اليقين عندما لا تتوفر المعلومات الكافية لوضع التنبؤات (على سبيل المثال، ستضغط التغيرات في الأحداث السياسية أو بعض المواقف الأخلاقية على الكازينوهات لتتوقف عن العمل بالكامل). وعليه، ينبغي لرؤاد الأعمال صياغة أفضل التصورات بشأن المستقبل رغم أن ذلك قد ينتج تباين حول أي سيحقق نجاحا.

مع وضع هذا في عين الاعتبار، ينظر بعض خبراء الاقتصاد إلى رؤاد الأعمال في المقام الأول باعتبارهم أشخاصًا يحشدون الموارد لمواجهة المخاطر وحالة عدم اليقين. ويؤكد آخرون على أن رؤاد الأعمال يتحملون المسؤولية الكاملة عن المخاطر المترتبة والفوائد المتعلقة برؤيتهم الخاصة للمستقبل. أما البعض الآخر، فلقد أكد على الطبيعة الاضطرابية لرؤاد الأعمال نتيجة طرحهم لابتكارات تتحدى النظام القائم. ويعتبر آخرون، على النقيض من كل ذلك، رؤاد الأعمال أشخاصًا يغمثون الفرص ويسدّون الثغرات ويعيدون التوازن للأسواق (Klein 2009; Vaz-Curado and Mueller 2019). ومن اللازم أن نتمعّن في بعض هذه التفسيرات المختلفة، بدءًا من نهج الكتب التعليمية.

نموذج الكتاب التعليمي

لا تأخذ الأفكار الاقتصادية السائدة من قبيل "المنافسة المثالية" و"التوازن الاقتصادي" (حيث تستقر الأسواق في نقطة تمثل التوازن المثالي) الابتكار والتغيير بعين الاعتبار. ففي هذه النماذج الميكانيكية، لا يوجد دافع بشري ولا تتكوّن الحاجة لطرح منتجات جديدة أو تبني عمليات جديدة، كما لا يوجد داع لإنشاء شركات جديدة، وبالتالي لا توجد أي غاية ونهاية لريادة الأعمال. بالنسبة إلى الأفكار، فإن أي

اختلال خاص بالعرض أو بالطلب يُصلح تلقائيًا لتعود من جديد حالة التوازن. ولكن كما أشار الاقتصادي النمساوي الأمريكي لودفيج فون ميزس (1881-1973)، لا يوجد سبب سيجعلنا مقتنعين بصحة هذه الفرضيات (Mises 1951). إذ تظلُّ الأفعال البشرية قابلة للخطأ، بالإضافة إلى أن قراراتهم مبنية على تنبؤات يتضح لاحقًا أنها خاطئة. نتيجة لذلك، لن تصل الأسواق لحالة المثالية أبدًا ولن تكون قادرة على القيام بالتصحيح الذاتي. أيضًا، يستغرق الأمر وقتًا وإجراءات ريادية عديدة لسدِّ ثغرات السوق. وعند الشروع في محاولة إصلاح التفاوتات وتصحيح الاختلالات، أو قبل القيام بذلك، تكون الأوضاع قد تغيّرت مرة أخرى، فتظهر فجوات وتفاوتات مختلفة عن السابقة.

إذا كانت الأسواق مثالية، فلن يكون لرؤاد الأعمال، أو أي شخص، دافع للعب أي دور لخلق قيمة مضافة أو للقيام بأي نشاط كيفما كان نوعه. فلا أحد يستطيع تحسين شيء وصل لحالة المثالية. تلعب حالة لامثالية الأسواق دور المحفز من أجل أخذ المبادرة. فهي تدفع الأشخاص لاتخاذ الإجراءات اللازمة على أمل تحسين ظروف العيش. ويقوم رؤاد الأعمال بهذه العملية بطرائق مختلفة سواء من خلال رصد حالات عدم التوافق بين العرض والطلب، أو خلق تقنيات ومنتجات جديدة ذات جودة أفضل، أو عن طريق المخاطرة وتنظيم الموارد لتحقيق هذه الغاية. وعليه، يتطلّب الأمر المزج الفعال والحذر بين عاملي اليد العاملة ورأس المال، وإدارة الإنتاج وتسويق المنتجات، وذلك وفقًا للتقديرات والتنبؤات المستقبلية.

علاوة على ذلك، تُعدُّ عملية تجميع المدخلات (inputs) معقدة. فالتنوع الملاحظ على مستوى عوامل الانتاج يمثّل في أنه من شبه المستحيل تواجد قطعتي أرض متطابقتان أو موظفين يتوفران على نفس المهارات، كما لا توجد بالضرورة قطعتان من معدات التجهيز القابلة للتبادل. في الحقيقة، تتجاهل الكتب التعليمية هذا التنوع - فهذه الكتب تتحدث عن "مخزون" اليد العاملة ورأس المال كما لو أن جميع السباكين والمزارعين وراقصي الباليه، أو جميع الشاحنات والمطابع وأجهزة الكمبيوتر متماثلة ومتشابهة. هي في الحقيقة ليست كذلك. لهذا، تصبح عملية الجمع بين الموارد أمرًا معقدًا

ومحفوظاً بالمخاطر. وعليه، يجب على رواد الأعمال استثمار وقتهم الخاص وطاقاتهم ومهاراتهم، ويتعيّن عليهم إقناع الآخرين عن طريق كسب ثقتهم ودفهم للانضمام إليهم. لن يتبنّى أغلبية رواد الأعمال المستقبل بشكل صحيح، أو لن يستطيعوا تجاوز الصعوبات في إدارة الموارد، أو لن يتمكنوا من قيادة الآخرين، الشيء الذي سيعبّل فشل أعمالهم التجارية. ولكن، رغم ذلك، تُقدّم هذه الإخفاقات درسًا مفيدًا لهم وللآخرين، في حين، تعمل نجاحاتهم، ولو على قلتها، على تعزيز الازدهار العام لجميع السكان. ففي الاقتصاد المفتوح والتنافسي، يُعدّ المستهلكون المصدر الوحيد للربح المالي. فهم ينفقون طواعية مبلغًا من المال مقابل شيء أكثر قيمة بالنسبة لهم، أي المنتج الذي يوفره رائد الأعمال. فبعد كل شيء، لن يقوم أي طرف بالتبادل إلا إذا اعتبر الإثنين أن أحوالهما وظروفهما ستتحسّن بعد التبادل. فكلما اتسع نطاق التبادل الحر، ازدادت القيمة المنشأة والمنتشرة في أنحاء المجتمع - وهو الأمر الذي لاحظته الاقتصادي الأسكتلندي آدم سميث (1723-90) قبل 250 سنة (1981 [Smith 1776]).

"أنت لا تتعلم المشي عن طريق اتباع القواعد؛ أنت تتعلم من خلال محاولة المشي

والوقوع مرارًا".

- السير ريتشارد برانسون؛ مؤسس مجموعة فيرجن

رائد الأعمال مُحركًا للإبداع المُسبّب للاضطراب

تَرْتَبِطُ فكرة أن رائد الأعمال هو شخصٌ مبتكرٌ ومبدعٌ ارتباطًا أساسيًا بجوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter) الذي يرى أن الدور الرئيس لرائد الأعمال هو الابتكار. ولا يعني هذا فقط اختراع أشياء جديدة أو اكتشافها، بل أيضًا ابتكار أفكار جديدة في عالم الأعمال وإنشاء شركات ابتكارية تُركّز على النمو. قد تنطوي هذه العملية على استخدام مجموعات جديدة من الموارد لإنشاء تقنيات أو منتجات جديدة وأفضل جودة، أو اكتشاف معلومات حديثة تجعل عملية خلق منتجات جديدة ممكنة، أو

العمل وفقها، أو فتح أسواق جديدة، أو التَّوَصُّلِ إلى مصادر جديدة للإمداد. وتدفع كل هذه العوامل صاحب المشروع إلى التَّخَلِّي عن طريقة التفكير الكلاسيكية وخلق شيء جديد ومختلف، ما يعني ضمناً امتلاكه لحلم وتوفره على قدرات لتحقيقه.

مع وضع كل هذا في عين الاعتبار، اعتبر شومبيتر أن زيادة الأعمال والابتكار الريادي قوة مسببة للاضطراب، بحيث يُنتج الابتكار المتواصل اضطراباً مستمراً وديناميكياً للتقدم الاقتصادي. ولا تُوسَّع زيادة الأعمال نطاق وجودة المنتجات المتاحة للزبائن فحسب، بل تُنشئ أيضاً أساليب إنتاج جديدة قد تقود إلى إحداث صناعات حديثة وتكنلغات صناعية مختلفة. من جهة أخرى، لَعِبَتِ الأساليب والمنتجات الجديدة دور الموارد بحيث تُتيح لرؤاد الأعمال المستقبلين إمكانية استخدامها لإنشاء منتجات أخرى، مثلما أصبحت عليه الرقاقات الدقيقة بالنسبة لمنتجات أجهزة الكمبيوتر، وأصبحت أجهزة الكمبيوتر مهمة لتطوير السيارات ذاتية القيادة.

"إن النقطة الأساسية التي علينا فهمها هي أننا في التعامل مع الرأسمالية نتعامل مع عملية تطورية".

- جوزيف أ. شومبيتر؛ الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية

الإبداع المسبب للاضطراب Creative disruption. لما بدأت عملية نسخ ونقل الاكتشافات، اعتقد شومبيتر أن الأساليب والمنتجات الجديدة سوف تُعمم على الجميع. ونتيجة لعجزهم عن المنافسة، سيعرف مُعدَّلُ الصناعات القديمة داخل السوق تراجعاً وستظهر أنواع جديدة من الوظائف مكان تلك القديمة. وسيُمكنُ هذا الأمر من خلق أثرٍ إيجابيٍّ بحيث سيحرِّزُ اليد العاملة والموارد الأخرى ويجعلها متاحةً لإعادة تركيزها في صنع المنتجات واتباع العمليات ذات القيمة العالية. وقد أطلق شومبيتر على هذه العملية اسم التدمير الخلاق (creative destruction).

من المؤسف أن هذه العبارة تُركِّز بالأساس على "الدمار" وتشير إلى أن الرأسمالية وريادة الأعمال تُشكلان تهديداً للوظائف. ربما كان ليكون مصطلح "الإبداع المسبب للاضطراب" أكثر تفضيلاً وقبولاً، ولكن شومبيتر أراد التأكيد على ديناميكية الابتكار في تحويل الموارد إلى استخدامات أكثر إنتاجية، عكس ما طرحته الكتب التعليمية التي تزعم أن الأسواق بطبيعتها مستقرة ومتوازنة.

رغم أن التغييرات الناتجة عن ريادة الأعمال مسببة للاضطراب، غير أنها نادراً ما تكون تدميرية إلا في ظروف راديكالية وحالات شاذة عندما تجعل التقنيات الجديدة الصناعات القديمة بلا فائدة. ومن أمثلة هذه التحولات، الخرائط على الإنترنت التي حلت محل الخرائط المطبوعة، أو التصوير الرقمي الذي حل محل الشريط التصويري، أو معالجات الكلمات التي استبدلت الآلات الكاتبة. ففي معظم الحالات، تكون عملية الانتقال والتحول أقل سرعةً ويحصل المنتجون على وقت كافٍ للتأقلم والتكيف. على سبيل المثال، أخذت السيارات وقتاً لتتحل محل المركبات التي تجرها الخيول وذلك لأنها الباهظ، أو على الأقل، حتى عممت الإنتاجات الضخمة لهي فورد على مستوى السيارات. وجعلت كل هذه التحويلات ثمن السيارات رخيصاً. ومن المؤكد أن الحقل الصناعي في العديد من الدول أصبح رثاً وعتيقاً نتيجة كثرة هياكل المناجم العتيقة والمصانع المتهرئة والأرصفة المهجورة، وكل ذلك دليل على "التدمير" المتأصل في نظرية "التدمير الخلاق" لشومبيتر. ومع ذلك، يجب تحديد الفوائد والمنافع الإبداعية الواضحة للتقدم الاقتصادي في مقابل تلك الخسائر. فلا أحد منا يريد التخلي عن الابتكارات التي ضاعفت ثرواتنا وحسنت ظروف عيشنا ومكنتنا من تفادي قضاء الكثير من الوقت في التنقل والبحث عن الطعام والماء والوقود.

رائد الأعمال باعتباره مُكتشفًا

طرح الاقتصادي الأنجلو-أمريكي البارز الإسرائيلي كيرزнер (Israel Kirzner - 1930) وجهة نظر غير متوافقة مع الدور الاقتصادي لرائد الأعمال. بالنسبة لكيرزнер، تعني

ريادة الأعمال ضرورة تحديد فرص الربح غير المستغلة ومحاولة تحقيق أرباح منها. فعندما يكون رواد الأعمال في حالة يقظة وتأهب، يصبحون قادرين على ضبط الفجوات والتفاوتات التي لم يلحظها الآخرون بعد، كالطلبات غير الملبّاة أو أئمة السلع المتباينة وغير التمثيلية لأوضاع السوق. بالتالي، يتجسّد رجهم في العمل على تحديد هذه الاكتشافات والاستجابة لها (Kirzner 1973).

"يعتبر رواد الأعمال التغيير قاعدةً وأمرًا صحيًا. فهم عادة لا يجلبون التغيير بأنفسهم، إذ يبحث رائد الأعمال دومًا عن التغيير ويستجيب له ويستغله باعتباره فرصة. وهذا ما يُحدّد رائد الأعمال وريادة الأعمال".

- بيتر ف. دراكر؛ الابتكار وريادة الأعمال

يُعدّ هذا النوع من ريادة الأعمال أكثر شيوعًا من الإبداع المسبب للاضطراب لدى شومبيتر. فهو لا يَنحصرُ في فئة من الأشخاص ذوي العبقرية الابتكارية. لأننا في الواقع، نبحثُ جميعًا عن فرص أفضل مثل التنقيب عن وظائف أفضل، أو التسجيل في دورة تدريبية لتعلّم مهارة ما أو تطورها. لذا، في بعض الأحيان، لا يتعيّن علينا أن نظلّ في حالة تأهب لرصد الفرص، لأننا نُجسد بالفعل مقولة "الشخص المناسب في المكان المناسب". فما علينا بالتالي إلا اغتنام الفرصة، وبطبيعة الحال، أن نُدرِك ماهيتها. ولهذا كله، يُصنّف كيرزнер رائد الأعمال على أنه في الأساس مغتم فرص وصانع قرار.

رواد الأعمال والتنسيق. بدلًا من تعطيل الأسواق، يسعى رائد الأعمال إلى إعادة النظام والاستقرار إليها. في العموم، تعملُ الأسواق بشكل جيد لكنها لا تصل لحد المثالية، ما يعني أن حدوث أخطاء بداخلها أمر وارد بشكل كبير. قد تُوجد نواقص معرفية لدى الأفراد تُحوّل دون فهمٍ كلي للقدرات التقنيات الجديدة، أو قد يحدث لبس بشأن الوضع الحقيقي لحالة العرض والطلب مما يؤدي إلى اختلال التوازن الطبيعي للأشياء. بالنسبة لكيرزнер، يميّز رائد الأعمال بنظرته المخالفة لهذه الفجوات والتفاوتات، بحيث يعتبرها فرصة للربح أكثر منها مشكلة. ففي سعيه المتوالي لتحقيق

هذا الربح، يعمل رائد الأعمال في الواقع على سدّ هذه الفجوات. على سبيل المثال، قد يُلاحظ رواد الأعمال أن أسعار السوق لا تُمثّل الحالة الحقيقية للعرض والطلب، الشيء الذي يُحفّزهم للاستفادة من هذا الاختلال عن طريق بيع وشراء المنتجات المرجحة (هنالك بضائع تباع بأثمنة أقل من قيمتها الحقيقية، وبضائع تساوي أضعاف قيمتها الحقيقية. لهذا يسعى رائد الأعمال إلى شراء الأولى وبيع الثانية لتحقيق الربح). وتُشبه هذه العملية نشاط ساسرة البورصة ومديرو الأصول كل يوم.

في الحقيقة، وبعيدا عن الدافع الربحي، يُساهم رواد الأعمال، بطريقة غير مباشرة، في رفع سعر العناصر التي تُقَمُّ بأقل من قيمتها الحقيقية، وتخفيض سعر العناصر الباهظة التي تزيد قيمتها عن سعرها الحقيقي. وهذا من شأنه أن يدفع الأسعار إلى العودة إلى حالة التوازن خاصة عندما ينسح الآخرون طريقة عملهم.

لذلك، يعتبر كيرزنر أن رائد الأعمال شخصٌ يُعزّز تنسيق الموارد الاقتصادية ولا يقوم بتعطيل تناسقها. بالإضافة إلى ذلك، يؤكد كيرزنر أنه عدم التّحكُّم في الأسواق راجع لوجود عَطَلٍ تجهله الجهات الفاعلة في السوق وغير قادرة على رصده من أجل تصحيحه ومعالجته. ومع ذلك، فإن يقظة رواد الأعمال وعملهم يساعدان في نشر وعي أكبر بالوقائع الحقيقية، نظرًا لأنهم، ومقلّديهم، يدفعون بالأسعار إلى الارتفاع أو الانخفاض. بالتالي، تُركّز الموارد في استخدامات الأكثر قيمة بدل تلك الأقل قيمة.

رؤاد الأعمال باعتبارهم معالجين للمعلومات

إن الشراء بسعر منخفض والبيع بسعر مرتفع لا يعني أن هذين العمليتين يتِمَّان بطريقة سهلة. فرواد الأعمال غير قادرين على معرفة كل شيء عن الحاضر، ويزداد الأمر تعقيدا حينما يتعلَّق بالمستقبل الذي يُعدُّ أكثر غموضًا. فضلًا عن ذلك، تستغرق المنتجات وقتًا طويلًا لتصميمها وتصنيعها وطرحها في الأسواق، لذا، على رواد الأعمال أن يحاولوا توفُّع الفجوات المستقبلية وسدّها خصوصا على مستوى العرض والطلب. ونظرًا لأنه لا يمكن لأحد التنبؤ بالمستقبل بالتأكيد، فسوف يتعين على رواد الأعمال أن يُكُونُوا

فكرة على الكيفية التي قد تسير بها الأمور. ولأنه لا وجود لوجهة نظر صحيحة، سيبتئى رواد الأعمال، على تعددهم، مواقف متباينة وذلك حسب اختلاف مستويات تتبلهم للمخاطر وتقييمهم لحالات عدم اليقين في المستقبل.

ومن المؤكد أنهم سيكونون أكثر قابلية لتحقيق النجاح إذا كانوا يتمتعون بوجهة نظر تبصريّة. لذا، فقد يستثمرون في الأبحاث والتجارب لفهم وتحديد طلبات المستهلكين المحتملين من أجل تحديد خيارات الإنتاج المتوفرة ومعرفة مدى صلاحية الفكرة التي يحاولون تطبيقها في مشروعهم التجاري. رغم ذلك، يجب عليهم اتخاذ قرارات بشأن المعلومات غير المؤكدة والناقصة، والتي من الصعب الحصول عليها، وتجميعها، ومعالجتها، في غالبية الأحيان.

"إن ما ينتج الربح هو حقيقة أنّ الفكرة المكوّنة من طرف رائد الأعمال عن الأسعار المستقبلية للمنتجات هي فكرة صحيحة مقارنة بباقي أفراد المجتمع. فهو يشتري بعض أو كلّ - عوامل الإنتاج بأسعارٍ تُعدُّ منخفضة جدًا حين تُقيّم من منظور الحالة المستقبلية للسوق".

- لودفيج فون ميزس؛ الربح والخسارة

يتعين على رواد الأعمال أيضًا النظر في الاستخدامات والاستثمارات الأخرى العديدة للوقت والطاقة والجهد - أو ما يسميه الاقتصاديون تكاليف الفرصة البديلة (Opportunity costs) وأن يحدّوا أي الاستراتيجيات مرجحة من تلك المحتملة. ومع ذلك، كما أشار الاقتصادي الألماني لودفيج لاكمان (1906-1990)، يوجد العديد من الحاجيات البشرية، ومجموعة من السلع المحتملة التي يمكن إنتاجها لإرضاء هذه الحاجيات، بالإضافة إلى كثير من الطرائق المتنوعة لإنتاج تلك السلع (Lachmann 1986). وتعتبر عملية الاختيار بين هذه المعطيات مهمة غير سهلة.

ونظرًا إلى تعدد الخيارات، ينبغي لرؤاد الأعمال ألا ينحسروا في تجريب منتجات جديدة، بل يتوجب عليهم استعمال تقنيات وعمليات إنتاج جديدة. فهم يجمعون بين المدخلات المختلفة، وقيّمون النتائج، ثم يجربون تركيبات أخرى من أجل رفع إنتاجية وفعالية شبكاتهم خصوصًا على مستوى التكلفة، وذلك بهدف طرح ما يبحث عنه الزبناء فعلا.

مرة ثانية، تُعرض أمامهم العديد من الاحتمالات التي يجب التوفيق بينها. وليس من الغريب ارتكاب عدة أخطاء خلال هذه العملية، ولكن عن طريق تجريب مجموعة من رؤاد الأعمال لمنتجات وعمليات تنافسية مختلفة، تُكتسب المعرفة وتُنشَر على نطاق أوسع، ما يرفع إنتاجية الاقتصاد ككل في الأمد البعيد ويعمّم الفائدة على الجميع.

"نحن نعيش في عالم مليء بالتغيرات غير المتوقعة الشيء الذي سينتج تحولات متواصلة في تركيبة رأس المال ما سيؤدي إلى تفككها وإصلاحها في نفس الوقت. وفي داخل هذا النشاط، تكمن الوظيفة الحقيقية لرائد الأعمال".

- لودفيج لاکمان؛ السوق كعملية اقتصادية

(The Market as an Economic Process)

رؤاد الأعمال وعدم اليقين

تعتبر هذه العملية مستمرة لا تتوقف. لن يستطيع رؤاد الأعمال إنتاج منتج "مثالي" أو توفير طريقة إنتاج "مثالية". توجد هناك دومًا احتمالية أن يتفوق عليهم شخص آخر. فالمنتجات والعمليات الأقل نجاحًا في الأسواق التنافسية تُفسح المجال أمام المنتجات والعمليات الأكثر نجاحًا (Mises 1951). فهي لا يجب أن تكون بالضرورة مثالية دائمًا، بل تستلزم أن تتلاءم فقط تلاءمًا أفضل مع الظروف السائدة في السوق في ذلك الوقت. ومع تغيّر الظروف، ستتغير المعطيات أيضًا. فمثلا، قد تتأثر إمدادات النفط أو المواد الغذائية بالعوامل البشرية كالحروب أو الجفاف، أو قد يرتفع الطلب

على الكراسي المتحركة لارتفاع نسبة السكان في سنّ الشيخوخة. فمن شأن مثل هذه التغييرات أن تتيح الفرصة أمام رواد الأعمال الآخرين ليتدخلوا من أجل سدّ الفجوات. ونظرًا لطبيعة الأسواق الحيوية، يتوجّب على رواد الأعمال اتّخاذ قرارات متعلقة بخيارات الإنتاج الخاصّة بهم في بيئة متقلّبة بالغة الخطورة. إلا أن كيرزير (كما يقول منتقدوه) يتجاهل هذا الخطر وحالة عدم اليقين؛ إذ إن رائد الأعمال، في نظره، يتواجد دائماً في حالة تأهب قصوى لسدّ الفجوات. لكن في الواقع، تحديد الثغرات الموجودة في السوق هو الجزء السهل من العملية. تكمن المشكلة الحقيقية في أن الأمر يستغرق وقتاً من أجل صياغة حلّ وإنتاجه وتسويقه ليعمل على تنسيق العناصر جميعها مرة أخرى لإعادة حالة التوازن الطبيعية. وربما بحلول ذلك الوقت، قد تحدّث تغييرات وتقلّبات أخرى ستجعل من حلّ رائد الأعمال دون منفعة تذكر حتى قبل خروجه للوجود.

رؤاد الأعمال واتخاذ القرار

بناء على هذا، يشير الاقتصادي الأمريكي بيتر جي كلاين (1966-) إلى أن السمة المميزة لريادة الأعمال تتجلى في اتّخاذ القرارات الصائبة في ظلّ حالة عدم اليقين (Klein and Foss 2014). يواجه رائد الأعمال مستقبلاً غير مؤكد يلزمه بتكوين فكرة حول الكيفية التي قد تؤوّل إليها الأمور. فلا يمكن لأحد أن يجزم في مستقبل الأشياء. ومن هنا، تتع الحاجة إلى اتّخاذ القرار عن طريق اعتماد رائد الأعمال على الأبحاث والخبرة. يقول ميرس في هذا الصدد: "إن اتّخاذ قرارٍ رياديّ يتحدّى بنية القواعد والمهجيات، هو أمر لا يمكن تعلّمه ولا تعلّمه" (Mises 1949). ينبغي لرواد الأعمال وضع الخطط، وتركيز الموارد، وإنتاج المنتجات التي يأملون نجاحها، بناءً على نظرتهم الخاصة للكيفية التي ستؤوّل إليها ظروف السوق مستقبلاً.

والواقع أن تنوع واختلاف وجهات النظر يجعلُ ريادة الأعمال أمراً مرنحاً. فمثلاً، إذا ظلّ الجميع أن الاندماج النووي أصبح على وشك توفير طاقة آمنة وشبه مجانية للعالم،

فسوف يَنكَبُ الجميع للاستثمار في ذلك القطاع ما سيجعل هامش الأرباح المحتملة ضئيلاً للغاية. ولا يُحَقِّق رُوَاد الأعمال أرباحاً كبيرة إلا عندما يتوصّلون إلى أحكام صحيحة في حين يَتَّخِذُ الآخرون قرارات خاطئة. وعلى حد تعبير ميزس مرة أخرى، يُبصر رائد الأعمال المستقبل بصورة مختلفة عن الآخرين. وتُفسَّرُ هذه الفكرة مقدرة رُوَاد الأعمال اليوم على شراء الموارد بتكلفة منخفضة والعمل على تجميعها بهدف إنتاج منتجات بتسعيرات مرتفعة في المستقبل، مع ضمان عدم مزايده أي شخص آخر على تكاليفها.

ربما لم يكن الرئيس السابق لشركة IBM، توماس جون واتسون الأب، ليُدلي بتصريحه سنة 1943 م الذي قال فيه: "أظنّ أنه ربما قد توجد سوق عالمية لخمسة أجهزة كومبيوتر"، لكن هذا لم يكن رأياً غير مألوف في أربعينيات وخمسينيات القرن العشرين. فبعد ذلك، أصبحت الحواسيب تحتل كل الأماكن. ولثمنها الباهظ، كانت وحدها كبرى المؤسسات قادرة على تحمّل تكاليفها. وكانت تقتصر إمكانات هذه الأجهزة إلى حد كبير على حلّ المشكلات الرياضية المتخصصة. ومع التقدّم التكنولوجي، تَبَتَّى آخرون أمثال ستيف جوبز من شركة آبل مواقف مختلفة تماماً تتوقع طلب الجميع مستقبلاً لحواسيب منزلية مقبولة التكلفة وسهلة الاستخدام للمساعدة في مجموعة متنوعة من المهام اليومية. لقد كان يتمتع ستيف بالإبداع والدافع لتحقيق ذلك. وعندما فقدت شركة IBM هيمنتها على السوق، جمع ستيف جوبز ثروة من رؤيته وتصوره. ومن الصعب أن نجد مثلاً أفضل لما نعرفه جميعاً عن "رائد الأعمال".

5 - أهمية زيادة الأعمال

ذُكرت بعض الفوائد الاقتصادية لريادة الأعمال أعلاه مثل زيادة الإنتاجية وتوجيه الموارد نحو استخدامات أعلى قيمة. في هذا الجزء، سنُشير لفوائد اقتصادية واجتماعية أخرى لريادة الأعمال.

الفوائد الاقتصادية

تحسين المنتج. تُحزّر ريادة الأعمال، وفقًا لما سَبَقَ ذِكره، النمو الاقتصادي من خلال تعزيز القدرة على زيادة الإنتاج. بالإضافة إلى ذلك، تعمل أيضًا على تحفيز التنمية الاقتصادية من خلال تحسين هذا الأخير. فما يُميز رواد الأعمال عن البقية، يتمثل في بحثهم المستمر عن تقنيات إنتاج جديدة وأفضل لرفع الإنتاجية وخلق منتجات أرخص، متوقّرة، وذات فائدة، وجودة عالية.

تلاحظُ نتائج ريادة الأعمال على مستوى واقعنا المعيش. فلقد قلّت وتيرة تعطل سياراتنا مقارنة بالسابق، ناهيك على أنها غدت تتمتع بتقنيات أكثر تطورًا مثل التحذير من العقبات القادمة في الطريق، والركن الذاتي، وأصبحت تتميز باستهلاك معقول للموقود. أيضًا، أصبحت الحواسيب أصغر وأسرع وذات جودة عالية في الاتصال بالشبكة. بالإضافة لذلك، صارت حقائب الأمتعة أقوى وأخف وزنًا وذات عجلات صلبة مصنوعة من مادة البولي يوريثين polyurethane التي تُسهّل المأمورية على حاملها. من جهة أخرى، لم نعد نلطح أصابعنا بالحبر أثناء الكتابة لأن أقلامنا لم تعد بحاجة للملء كل يوم بزجاجة حبر. كذلك، أفسحت أحزمة الفونوغراف الضخمة المجال أمام مشغلات الموسيقى المحمولة التي تتيح إمكانية الوصول الفوري إلى أفضل العروض الموسيقية لأفضل الموسيقيين في العالم وبمستوى وجودة رائعين. وأصبحت شاشات التلفاز أكبر حجمًا وأقل سمكًا وأكثر ذكاء. وأصبحت فرش الأسنان كهربائية ذات حركة تلقائية مُقوّمةً بذلك طريقة تنظيفنا للأسنان. ولم تعد الكتب تُشغل حيزًا كبيرًا من

رفوف مكتباتنا بعد صدور قارئات الكتب الإلكترونية. ولم يعد الشامبو يَلْسَعُ الأعين. وقریبًا ستُصبح سيارتنا ذاتية القيادة، وسوف تُحسِّن كل المنتجات الأخرى أيضًا. يُرَوِّد رُوَاد الأعمال الزبائن بمنتجات تُحسِّن حياتهم تحسُّنًا ملحوظًا مثلما تُحسِّن الروبوتات إنتاجية المصانع، أو مثل الدور الذي يلعبه الهاتف الذكي بالنسبة لأي شخص في العالم. ويعد هذا التقدم أمرًا مستمرًا.

معلومات أفضل. تعملُ أنشطة رُوَاد الأعمال أيضًا على نشر معلومات عن العمليات الأفضل والمنتجات ذات القيمة الأكبر من خلال تجربة طرائق جديدة للجمع بين المدخلات والموارد واستخدامها لخفض التكاليف وتحسين جودة المنتجات. تُساهم هذه العملية في الكشف عن أساليب أفضل للاشتغال مع الآخرين. فمن خلال شراء الموارد ذات القيمة المُبتَحَسَة، أو بيع أشياء مبالغ في تسعيرها حسب وجهة نظرهم، يقومون بتنبية أو بإشعار الآخرين بهذه الفرص. ومن خلال توفير المنتجات التي يفضلها المستهلكون، يُظهرون للبقية أي المنتجات المطلوبة بالسوق.

يعملُ نشر المعلومات بصورة أفضل وأكثر اكتمالًا على تحسين عمل الأسواق وكفاءتها. فبينما يسعى الآخرون إلى نسخ نجاح رُوَاد الأعمال الرائدة، يَسْتَحِبُّون عوامل الإنتاج مثل رأس المال واليد العاملة من الصناعات والقطاعات الأقل إنتاجية ويوجهونها نحو تلك ذات القيمة العالية، مما يساعد على توليد قيمة أكبر بموارد أقل.

التنمية التعااقبية. تُتيح منتجات رُوَاد الأعمال، في بعض الأحيان، إمكانية تطوير منتجات أخرى أو حتى صناعات كاملة. على سبيل المثال، أتاحت المعالجات الدقيقة (microprocessors) وشاشات اللمس إمكانية استخدام الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية التي بدورها مكَّنت من الاستفادة من تطبيقات مشاركة المركبات وحجز التذاكر الإلكترونية.

خلال تسعينيات القرن العشرين، أدَّى صعود صناعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الهند إلى إطلاق نوع مماثل من التعااقبية ما أتاح، أولاً، إمكانية إنشاء شركات جديدة من قبيل مراكز الاتصال وخلق الطلب على مشاريع البناء الجديدة،

والشبكات، والمعدات، والبرمجيات، والصيانة، وساهم الأمر، ثانياً، في توفير مزيد من فرص الشغل. كذلك، مكّنت زيادة التواصل، على الصعيدين الوطني والدولي، الناس من إدراك ظروف وأحوال السوق خارج مجتمعاتهم، الشيء الذي سمح لجيل جديد من رواد الأعمال بإدراك ورصد الفرص والعمل على استغلالها على المستويين المحلي والعالمي.

ولم تكن هذه التنمية ذات أبعاد اقتصادية فحسب. إذ نجحت فرص الشغل الجديدة في الهند في جذب الناس إلى المدن وتوفير ظروف عيش ملائمة بعيداً عن الحياة الزراعية القاسية بالقرى. وأُنشئت هيئات تعليمية وتدريبية، أو توسّعت محامها، لتدريس وتلقين المهارات الأساسية للعمال الجدد. وبدأت الصناعات الحديثة أيضاً في تفكيك النظام الطبقي (the Caste System)، وذلك لحاجتهم إلى موظفين أكفاء ذوي مهارات عالية بغض النظر عن انتماءاتهم الطبقية. ومن ناحية أخرى، استفادت حتى الفئات التي ظلّت مُستقرّة بالقرى من ثورة تكنولوجيا المعلومات. فقد أنشأت النساء الهنديّات شركات جديدة تُوجّر الهواتف المحمولة للآخرين في قراهن. فباستخدام الهواتف الذكية، أصبح بإمكان المزارعين الاطلاع والتحقق من أسعار الأرز، والقمح، والقطن، وقصب السكر، والبصل، والشاي، في أسواق السلع الأساسية التي تبعد مئات الأميال عنهم، بحيث منحهم هذا الأمر الفرصة للتفاوض من أجل الحصول على أسعار أفضل بدلاً من الاضطرار إلى قبول بما يقدمه الزبائن المحليون مقابل سلعهم.

رفع الإنتاجية

تحسن طويل المدى. فقدت الشركات القديمة وذات الإنتاجية الضعيفة حصتها في السوق مع ظهور شركات جديدة أكثر إنتاجية. إذ طرحت هذه الشركات منتجات أرخص وأفضل لزبائنها ما دفع الشركات القديمة إلى الانسحاب الكلي من السوق. ولكن في المقابل، قد يجلّ محل هذه الشركات الجديدة في المستقبل، شركات أخرى تُقدّم منتجات أفضل وأكثر كفاءة منها. وتتخلص نتيجة هذا التغيير في تحسين منتظم،

ومنهجي، وطويل الأمد، للإنتاجية الاقتصادية ولعملية خلق القيمة. وعليه، تُوجَّه الموارد مثل اليد العاملة ورأس المال إلى استخدامات ذات قيمة مضافة أكبر، ويتضاعف عدد المنتجات المطروحة في السوق وتزداد قيمتها، وكل ذلك باستخدام مدخلات أقل وأرخص.

الدولية (Internationalism). في الواقع، تُحدِّث هذه التغيرات على نطاق دولي أيضًا، إذ إن رؤوس الأموال النقدية اليوم كثيرة التنقل. لم يعد يتعين على رواد الأعمال توفير وادخار الأموال لتوسيع أعمالهم، أو اللجوء لمساهمات الأصدقاء أو العائلة أو المستثمرين المحليين. فإذا كانوا يمتلكون أفكارًا واعدة، ويتميزون بمهارات إدارية جيدة، ومُتمكِّنين من القيام بدراسة جدوى فعالة، سيصبح بإمكانهم الولوج إلى أسواق رؤوس الأموال في العالم بأسره، أو اقتراض الأموال في حالة الحاجة، أو بيع حصة من أعمالهم من أجل جني رأس المال. وتُمثل هذه المسألة أهمية خاصة بالنسبة إلى رواد الأعمال في البلدان الفقيرة، بحيث يصعب العثور على تمويل محلي. وقد تمنحهم هذه الفرصة القدرة على الحصول على نفس التمويل المتاح لرواد الأعمال في البلدان الغنية.

وتنطبق النزعة الدولية هذه على قطاع الإدارة كذلك. مثل رأس المال النقدي، يُعتبر "رأس المال البشري" متنقلاً أيضًا. فبوسع المديرين والخبراء الاستشاريين نقل مهاراتهم وقدراتهم إلى أي بلد سيقدّر مهاراتهم. زيادة على ذلك، يُشكل هذا الأمر أهمية خاصة لرواد الأعمال في البلدان الفقيرة حيث مستويات التعليم والتدريب في قطاع الإدارة تكون ضعيفة، ما يجعل عملية العثور على مديريين جيدين شبه مستحيلة. وكالقدرة على الوصول إلى رأس المال، يلعب تحقيق تسيير إداري فعّال وتوفير مشورة جيدة دورًا مهمًا في مساعدة رواد الأعمال على تعزيز إنتاجيتهم، ومعها، إنتاجية وازدهار مجتمعاتهم وبلدانهم.

البحث والتطوير. يُركِّز رواد الأعمال عادةً على البحث والتطوير من خلال التركيز على تحسين المنتجات والعمليات المُتَّبعة، بالإضافة إلى خلق مفاهيم ومشاريع وتقنيات ومنتجات جديدة وحديثة فضلًا عن إجراء البحوث المُساعدَة وولوج أسواق متنوّعة. قد تصل الصناعات القائمة إلى سقف الإيرادات حيث يُعادلُ الطلب على منتجاتها

العرض المطروح. ورغم كل هذا، تَطَهَّرَ منتجاتٌ جديدةٌ في السوق وبيدأ الطلب المسبق على منتج أفضل أو أرخص. ونظرًا إلى أن المنتجات الأفضل أصبحت متوفرة بكثرة وبأسعار معقولة، فسوف يَشْهَدُ الناس زيادة ملحوظة في الثروة، في حين سوف تعمل عمليات الإنتاج الجديدة على توفير فرص شغل مع إمكانية تحقيق أرباح أكبر. في الواقع، تُوفِّرُ معظم الوظائف الجديدة من طرف الشركات الصغيرة والشركات الناشئة.

الفوائد البشرية

إلى جانب الفوائد الاقتصادية، تُقدِّمُ زيادة الأعمال فوائد بشرية واجتماعية أيضًا. إن تركيز رُوَاد الأعمال على توفير منتجات أفضل وبمئن معقول من شأنه أن يقلل اعتماد الأفراد على التكنولوجيات القديمة القائمة في الغالب على يد عاملة كبيرة. لقد قضت الأجيال السابقة ساعات عديدة كل يوم في جلب الفحم إلى المنزل، وإشعال النار، وتنظيف الرماد، ناهيك على استعمال لوح الغسيل لتنظيف الملابس وتخفيفهم عدة مرات في الأسبوع. أما اليوم، فلا تستغرق التدفئة المركزية الحديثة إلا بضع ثواني، وتتم عملية التنظيف عن طريق استعمال الغسالة (محفقات أوتوماتيكية).

في الحقيقة، لا تُجسِّدُ هذه التحسينات على المستوى المعيشي حتمية التطور، بل تُبيِّنُ أنه لولا رُوَاد الأعمال لما استطعنا توفير هذه المعدات.

نتيجة لهذه التحسينات وغيرها في قطاعات مختلفة مثل الزراعة، والرعاية الصحية، وتجارة التسييط، والنقل، وغيرها، أصبحنا نمتلك تنوعًا في المنتجات المعروضة للاختيار بينها. ولم يعد يتعيَّن علينا التفكير في الحاجيات ووسائل الراحة الأساسية. ففي هذا الإطار، تُسهِّلُ الابتكارات الريادية عملنا وتجعله أكثر إنتاجية، بحيث تُقلِّلُ من العمل اليدوي وخطر الإصابة الناتج عنه، وتعملُ على توفير الوقت بهدف استغلاله في أشياء أخرى.

وعلاوة على ذلك، تُوفِّرُ الشركات الريادية الجديدة فرص الشغل للعديد من الأشخاص خصوصًا للمهاجرين، والأقليات، والشباب، والنساء، الذين قد يتعرَّضون للتمييز من

قبل العمال والمديرين في الشركات الكبيرة القائمة. تَسْمَحُ هذه الفرص للعمال بتوفير المدّخرات ورأس المال لتحسين مستوى معيشتهم وتوفير تعليم مناسب من شأنه تعزيز "رأس مالهم البشري" وزيادة قابلية توظيفهم. فجميع هذه الأمور تُعتبر بمثابة فوائد شخصية وبشرية، وليست مجرد فوائد "اقتصادية" جامدة.

الفوائد الاجتماعية

هنالك أيضًا فوائد اجتماعية لزيادة الأعمال. فمن المرجّح أن المجتمع الذي يضمُّ مجموعة متنوعة من الشركات الريادية يتَّسِمُ بالاستقرار والرخاء مقارنةً بالمجتمع الذي تُهْمِنُ عليه بعض الشركات الصناعية الثقيلة والكبيرة كالمناجم أو مصانع الصلب أو مصانع السيارات على سبيل المثال. فعملية التغيير والتنمية هي عملية تدريجية قد يَنْتُجُ عنها دخول وخروج لبعض الشركات من السوق ما سيسمح لليد العاملة بالتنقل بينها حسب رغباتها. فلن يُسيطر عليها شعور الخوف من تفشي البطالة في حالة انهيار الصناعات المهمّة.

فضلاً عن ذلك، يُعدُّ رواد الأعمال الناجحين من كبار المستثمرين في المؤسسات الخيرية والمشاريع المجتمعية. قد يكون هناك بالطبع دافع تجاري محض وراء ذلك مرتبط بتلميع صور أعمالهم التجارية في صفوف المؤرّدين والعاملين والزبائن. فمن خلال دعم المدارس والمستشفيات المحلية، يصبح بوسعهم توظيف قوى عاملة ذات كفاءة عالية. ومن خلال توفير ظروف عمل لائقة، قد يساهمون في رفع معنويات عمالهم ما قد يطيل من فترة بقائهم بنفس المنصب. سَيَعْمَلُونَ أيضًا على تعزيز مشاريع التعليم العالي والبحث العلمي على أمل اكتشاف ورصد فرص جديدة يمكن لشركاتهم استغلالها.

ورغم ذلك، فإن غالبية الأنشطة الخيرية التي يقوم بها رواد الأعمال هي أعمال خيرية بحتة. فعلى سبيل المثال، أنفق رائد صناعة الصلب الأسكتلندي الأمريكي أندرو كارنيجي (1835-1919) Andrew Carnegie جزءاً كبيراً من ثروته في تأسيس المكتبات العمومية المجانية وتحسينها. كذلك، حَصَّص بيل غيتس المليارات من

الدولارات من خلال مؤسسة Bill & Melinda Gates Foundation للبلدان الفقيرة، مع تقديم دراسات ومبادرات تركز على التحسين عوامل الزراعة، والمرافق الصحية، والتغذية، والتحصين الطبي، ومكافحة الملاريا، وغيرها. أيضا، يُشجّع عديدٌ من رواد الأعمال التعليم العالي والبحث العلمي، ليس من أجل تحقيق منافع تجارية، ولكن لدوافع تحفيزية متعلّقة بشغفهم بالعلوم والتكنولوجيا المتطورة . وقد يُفسّر هذا سبب رغبة العديد من رواد الأعمال اليوم استكشاف الفضاء رغم المخاطر المحدّقة به خاصة وأنه لا يندرج ضمن إطار المشاريع التجارية.

وعلى مدى عقود وقرن، كان رواد الأعمال مسؤولين بشكل متفاوت عن الابتكارات الجذرية التي غيرت حياة المجتمع على نطاق واسع، بحيث تشمل هذه الابتكارات كل من الصحافة المطبوعة، والمحركات البخارية، وآلات التمشيط، والغزل، والنسيج، والهاتف، والسكك الحديدية، والفونوغراف، والطائرات، والزجاج الطافي، وأجهزة الكمبيوتر المنزلية، وغيرها. فغالبًا ما كان المخترعون يبحثون عن شيء معين في عملية بحثهم. ولكن بالصدفة، اكتشفوا عناصر أخرى لم يكونوا يتوقعوها. ويتعلق هذا الأمر بفرن الميكروويف أو البنسلين أو حتى رقائق الذرة والمواد اللاصقة القوية. وفي بعض الأحيان، كانت هذه الابتكارات الحجر الأساس لإنشاء صناعات جديدة بالكامل، وتحديث اقتصادات بأكملها، وتغيير حياتنا وثقافتنا.

الدور الاجتماعي للربح

قد يكون الدافع المحرك لمعظم رواد الأعمال هو احتمالية تحقيق مكاسب مالية شخصية، لكنّ هذا لا يعني تحقيقهم للنجاح إلا من خلال سرقة الآخرين. على العكس من ذلك، ففي اقتصاد مفتوح وتنافسي، لا يمكنهم كسب المال إلا من خلال إعطاء قيمة للغير، بل حتى مكافآتهم المالية لا تأتي إلا من خلال الزبائن المستفيدين من منتجاتهم، والمؤمنين بفكرة أن استبدال المال طواعية مقابل هذه المنتجات هو أمر عادل ومنطقي. فمن

خلال هذه العملية، يعمل رواد الأعمال على خلق القيمة المضافة بين المستهلكين، الأمر الذي يعود بالنفع على الجميع.

إن الربح لا يعني به الربح المالي فقط. فالاستفادة تشمل أيضا زبائن رائد الأعمال، وذلك عن طريق حصولهم على منتج يخلق قيمة مضافة تتجاوز تلك التي تمثلها الأموال التي يدفعونها في مقابله. بكلمات مغايرة، يعني الربح ببساطة الحصول على قيمة تتجاوز القيمة المضافة على المادة الأولية مثل تحويل الرمال عديمة الفائدة وعديمة القيمة إلى رقائق كمبيوتر مفيدة ومنتجة وقيمة. إن الربح لا يمكن اعتباره لا أخلاقيا، بل يستحق الاحتراف به لفوائده الاقتصادية والاجتماعية. فإذا كان بوسعنا استخدام موارد قليلة لخلق قيمة أكبر، فهذا سيعمل على تحسين أوضاعنا جميعا.

بقدر ما يسعى رواد الأعمال إلى تحقيق أرباح مالية من مشروع ما، أي أكثر من المبلغ الذي ينفقونه على المواد المستعملة في عملية التصنيع، بقدر ما يكون لهذا الربح تأثير اجتماعي إيجابي يمثّل في تعزيز القيمة المضافة، وتوسيع نطاق الخيارات، وتحسين المنتجات. في الواقع، كلما زاد الربح، زاد احتمال أن تكون المكاسب الاجتماعية العامة أكبر. إن الربح الماليّ مؤشرٌ تقريبيّ للقيمة الإضافية التي يخلقها رائد الأعمال؛ فهو يبين أن رائد الأعمال قد وجد وسيلة لخفض التكاليف والساح بإعادة توجيه الموارد المكلفة نحو استخدامات أكثر إنتاجية، وزيادة القيمة الناتجة عن طريق توفير منتجات أرخص وأكثر وفرة وذات جودة أكبر للمشتريين المهتمين. في الحقيقة، كلما كان الاقتصاد منفتحاً وتنافسياً يسمّح بدخول المنافسين إلى السوق ومغادرته بدون معيقات، كلما تصاعف الضغط على رواد الأعمال لمواصلة خفض تكاليف المدخلات ورفع قيمة وجودة المنتجات. فأى عملية تراخي من طرفهم سينتج عنها في نهاية المطاف تدخّل أطراف آخرين لتعويضهم واستبدالهم.

ينتج عن هذه العملية، مرة أخرى، تحسّن مستمرّ في الإنتاجية وخلق القيمة المضافة. ومع استمرار هذا التحسن، فإن الأشياء التي كانت ذات يوم في متناول قلة فقط من الناس بسبب ثمنها الباهظ الذي يُصنّفها في فئة الكماليات مثل اللحوم الطازجة، والمياه الجارية، والتدفئة المنزلية، والكهرباء، والسيارات، والغسالات، والحواشيب، أضحت

اليوم أفضل وأرخص. وقد أمكن للمجتمع الوصول إلى كل هذه المنتجات التي غدت تنتشر كما تنتشر الموجات على سطح البركة. تعني المنتجات الرخيصة أن الجميع سيوفّر المزيد من الأموال لينفقها على البضائع التي تلقي تقديراً قيماً أكبر. أما تحسين الجودة، فيعني أن الجميع سيحصل على قيمة أكبر وبنفس التكلفة.

ولهذا، يجب أن نشكر رواد الأعمال على هذه التحسينات. قد يستفيدون من هذه الأمور جيّداً من الناحية المالية، ولكننا جميعاً نكسب بطريقة أو بأخرى. قد يكسبون أرباحهم المالية عن طريق الحظ أو الصدفة بدلاً من العمل الجاد والدؤوب، لكن ذلك لا يُنقص من المنفعة الاجتماعية.

في الواقع، من الصعب أن نُبيّن بين نسبة الحظ ونسبة الجهود المبذولة من طرف رائد الأعمال لتحقيق النجاح. فحتى الحظ الجيد لا بُدّ من اغتنامه وتوجيهه على نحو مُنتج إذا أريد له أن يتحوّل إلى ربح. يجسّد كثير من الأشخاص "المكاسب غير المتوقعة" التي تأتي من الحظ الجيد، بل يطالبون بضرورة فرض ضرائب عليها. بيد أن هذه العملية ستؤدي إلى تقليص عدد رواد الأعمال الراغبين في اغتنام الفرص الضائعة، وإلى إلحاق الضرر والخسارة بالمجتمع بأكمله. سوف يكون المجتمع في وضعية أفضل إذا شجعنا الأفراد على التفكير والتصرف كما يفعل رائد الأعمال، وإن سمحنا لمن فعلوا ذلك بالاستمتاع بالمكافآت الناتجة عن القيمة التي خلقوها.

6 - انتشار ريادة الأعمال

الوجود العالمي

من الصعب أن نقيس حجم ريادة الأعمال في أنحاء العالم. وكما أشرنا سابقاً، فإن المؤشرات مثل التوظيف الناتج، أو معدل الشركات الناشئة، تُعدّ ضعيفة الفعالية في هذا الشأن، وحتى تعريف ما ينبغي أن يُعتبر "ريادة الأعمال" يُمثّل مسألة خلافية. إنها مسألة إشكالية تتعلق بتحديد طبيعة ريادة الأعمال. هل يجب اعتبارها نشاطاً تجارياً بحتاً، أو من الواجب الأخذ بعين الاعتبار "ريادة الأعمال الاجتماعية" والأشكال الأخرى لها؟ على النطاق الواسع، يمكن اعتبار كل فرد، إلى حد ما، بمثابة رائد أعمال إذا ما كان يستخدم، باستمرار، مهاراته وقدراته وموارده لخلق أكبر قيمة ممكنة، وبأقل تكلفة زمنية ومالية وطاقية. وفي هذا الصدد، يُمكن العثور على النشاط الريادي في كل مناطق العالم.

الأمر سيّان بالنسبة لريادة الأعمال التجارية الموجودة في كل بلد في العالم سواء كان بلداً غنيّاً أو متوسطاً أو فقيراً. تنتشر في الولايات المتحدة والنرويج، كما في تركيا أو جنوب إفريقيا وأنغولا أو غواتيمالا. وتوجد الروح الريادية حتى في البلدان غير المتبينة لمبادئ اقتصاد السوق -ولو أن الكثير منها يهدف إلى الالتفاف على الضوابط الرقابية الرسمية عن طريق الرشوة أو التجارة في السوق السوداء. ورغم أن "الاقتراع" اليومي في الأسواق المفتوحة يُعدُّ أكثر كفاءة، فإن هذه الأسواق غير الشرعية تعمل بنفس المنطق لسد النقص وخلق توازن بين العرض والطلب. الفارق هنا هو أن رواد الأعمال يجب أن يكونوا مستعدين لخرق القانون.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدول

على الرغم من الانتشار الواسع لريادة الأعمال، إلا أن بعض البلدان تتفوق أكثر في هذا المجال. فبعضها، على سبيل المثال، تُنتج أعدادا كبيرة من رواد الأعمال المتميزين والمصنّفين من المليارديرات، مما قد يشير عموماً إلى أن هذه الدول تعدُّ أماكن مناسبة لنشوء ريادة الأعمال. تحتل دول مثل هونغ كونغ، وإسرائيل، والولايات المتحدة، وسويسرا، وسنغافورة، والتروج، وإيرلندا، وتايوان، وكندا، وأستراليا، الصدارة في هذا المجال. وغالباً ما يكون لهذه البلدان قيم ومؤسسات منفتحة تشجّع على النجاح، الشيء الذي يجعل الناس مؤمنين بقدرتهم على تحقيقه، ومتيقّنين من تلقّي مكافآت تُترجم جهودهم. كذلك، تتّسم العديد من هذه البلدان بسيادة القانون، وصلاحيات حكومية محدودة، وحقوق ملكية مضمونة، مما يشير إلى أن هذه العوامل تُمثل أيضاً دوراً مهمّاً.

إضافة إلى ذلك، تتمتلك معظم هذه البلدان نظاماً قانونياً يَسمح لرواد الأعمال بإجراء تجارب دون طلب إذن من السلطات، وقد يُفسّر هذا السبب وراء كون هذه البلدان أفضل الأماكن لنشوء ريادة الأعمال مقارنة بغيرها. على سبيل المثال، في حالة الولايات المتحدة، تُعتبر واشنطن أفضل في هذا المجال من معظم البلدان القارية في أوروبا بعدة أضعاف، حيث القواعد المحدّدة بدلاً من المبادئ العامة، هي من تعمل على تحديد أنواع الأنشطة المسموح بها. وكما يشير الخبير الاقتصادي الأمريكي آدم ثيرير-Adam Thierer، فإن الولايات المتحدة تزخر بكمّ هائل من الشّركات الابتكارية حيث نجد أن أغلب الشركات الابتكارية العالمية قد نشأت بأمريكا. ومن أبرزها: مايكروسوفت Microsoft وياهو Yahoo ويوتيوب YouTube وأمازون Amazon وجوجل Google وباي بال PayPal ونويتز Twitter ودروبوكس Dropbox وفيس بوك Facebook وسناب شات Snapchat؛ ومن الصعب أن نجد شركة أو شركتين أوروبيتين ابتكاريّتين يمكن مقارنتهما مع هذه الشركات المذكورة أعلاه.

ويُعزى هذا الفارق إلى "الابتكار دون تراخيص - Permissionless Innovation" المنتشر في أمريكا، حيث لا تُفرض تراخيص من أجل إطلاق مشروع ابتكاري ما، وهذا مختلف كليًا عن النهج الذي تتبناه أوروبا في دعم التغيير (Thierer 2014):

إذا أمضينا كل وقتنا في العيش في خوف دائم من حدوث أسوأ السيناريوهات، وإذا صيغت السياسات العمومية على هذا الاعتبار، فإن هذا يعني أن أفضل السيناريوهات لن تحدث أبدًا. يُؤد كل من الحكمة والتقدم من التجربة، بما في ذلك التجارب التي تنطوي على مخاطر واحتمال وقوع أخطاء أو إخفاقات من حين لآخر.

من الواضح أن الثقافة تُؤد دورًا مهمًا أيضًا. ويبدو أن ثقافة الدول المنتجة لرواد الأعمال تكون أكثر ترحيبًا بالنجاح الشخصي وأقل عداءً له، الشيء الذي يُشجع ويدعم الطموح الفردي. تشترك البلدان الفقيرة والشبه ليبرالية في بعض هذه القيم أيضًا. تشير استطلاعات الرأي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى اعتقاد الأفراد أن اعتبار الشخص رائد أعمال يُعد خطوة مهنية جيدة، بينما يرى الأشخاص في منطقة الكاريبي وأمريكا اللاتينية أن كون الشخص رائد أعمال يمثل مكانة عالية. ويبدو أيضًا أن الأمريكيين اللاتينيين لا يخافون كثيرًا من الفشل، لأن قوة ريادة الأعمال تزداد عندما تصل حالات فشل الأعمال التجارية لمستويات عالية. وهذا ما يشير إلى أن القبول الثقافي للفشل قد يشجع الناس على خوض غمار المحازفات واغتنام الفرص المحتملة (المرجع نفسه).

توجد نتائج أخرى مثيرة للاهتمام. في الواقع، تلاحظ هيمنة العنصر الذكري في ميدان ريادة الأعمال رغم الجهود المبذولة على مستوى المساواة بين الجنسين في هذا الصدد في الدول التجارية الأكثر تقدمًا. وتسجل دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا درجات عالية في ريادة الأعمال على المستوى الدولي. وقد يُفسر ذلك بموقعها الجغرافي إلى جانب توقعها قرب طرق التجارة. أما في الصين، نما النشاط الريادي بوضوح بعد وفاة ماو تسي تونغ، لكن يبدو أن هذا النشاط قد بدأ في الركود الآن. وفي الولايات

المتحدة الأمريكية، تراجعَت ريادة الأعمال بعد الأزمة المالية لسنة 2008م لكَثَبَ سرعان ما انتعشت بعد ذلك. ويبقى من الصعب قياس كل هذه الأمور بدقة كبيرة.

الدول النامية

قد لا تُمثَل الدول النامية مكانًا مثاليًا لتنامي ريادة الأعمال. فمن المرجح أن غالبية الأفراد والأسر القاطنين بهذه البلدان لم يتمكنوا من توفير مُدخَرَاتٍ كافية لاستثمارها في إنشاء مشاريع جديدة أو العمل على توسيعها، بالإضافة أن ضعف كل من القطاع المصرفي والقطاع المالي المحلي، سواء على مستوى التمويل أو على مستوى الهيكلة، لن يساعد في دعم ريادة الأعمال. كذلك، قد يسيء مُورِدُو رؤوس الأموال الدوليين فهم واستيعاب الظروف الداخلية لهذه البلدان ما قد يخلق شعور سلبي اتجاهها. بالإضافة إلى ذلك، قد يحوُلُ ضعف جودة التعليم ومهارات الإدارة غير المحكَّمة والبنية التحتية وشبكات التوزيع الهشة دون تنامي ريادة الأعمال.

رغم ذلك، تتوفر هذه الدول، أي الدول النامية، على بعض مميزات ريادة الأعمال من قبيل التكاليف المعيشية المنخفضة. لذا، فهناك إمكانية لتقديم خدمات للشركات والأفراد في الدول الغنية مثل مراكز الاتصال، والمراقبة المالية، والإنترنت، وغير ذلك من مهام المكاتب الخلفية (back-office) الأخرى. أيضًا، تُعدّ تكلفة الوصول إلى تكنولوجيا هذه البلدان رخيصة مقارنة بنظيراتها الغنية، الشيء الذي يوفّر دفعة أقوى للإنتاجية مقارنة بالاقتصادات المتقدمة. فمثلًا، تُتيح الهواتف الذكية للتجار المحليين معلومات فورية عن أسعار الأسواق. أيضًا، تسمح تكنولوجيا المعلومات بإنشاء صناعات حديثة بهذه الدول.

ونظرًا إلى أن العديد من القطاعات في الدول النامية ما زالت في بداياتها ولم تتخصص بعد، تظل إمكانية التنوع كبيرة مقارنة بالدول المتقدمة حيث تكون الأسواق والشركات أكثر تخصصًا. تسمح هذه الإمكانيات والمزايا لرؤاد الأعمال في البلدان النامية من تقليل

المخاطر عن طريق إدارة مشاريع ذات وظائف متعددة، وإن كانت ذات طابع تكميلي في كثير من الأحيان، مثل مشاريع التعدين والإسمنت والبناء.

من بين المزايا المحتملة الأخرى التي قد يستفيد منها رواد الأعمال في البلدان النامية هي أن المنطقة لا تزال تزخر بفرص عديدة. يقول كيرزner - Kirzner في هذا الصدد: "يوجد عدد كبير من الفرص التي لم تُكتشف بعد، على قلتها، مقارنة بتلك التي اكتشفت بالفعل". كذلك، من المرجح أن تتوفر العديد من الفرص في السوق والتي لم تستغل بعد من طرف رواد الأعمال الآخرين. فمثلا، في البلدان المتقدمة، كانت هذه الفرص ستستغل بسرعة كبيرة مقارنة بباقي الدول. ويُفسر ذلك بقدراتها الكبيرة وسهولة الوصول لرؤوس الأموال.

الهجرة وريادة الأعمال

من بين النتائج التي قد يتوصل إليها بواسطة أي دراسة استقصائية عالمية حول ريادة الأعمال هو أن الانفتاح على المواهب الأجنبية يُشكل أهمية خاصة (Lofstrom and Wang 2019). فقد أظهرت دراسة أجرتها "شبكة رواد الأعمال - The Entrepreneurs Network" أن ما يقارب (49%) من الشركات الناشئة سريعة النمو في المملكة المتحدة تتوفر، على الأقل، مكاتبها التنفيذية على مؤسس مشارك واحد من أصل أجنبي، على الرغم من أن واحداً فقط من كل سبعة (14%) من المقيمين بريطانيا يُعدون من المهاجرين (المولودين في الخارج). وقدم هؤلاء المهاجرون من 29 دولة مختلفة مثل الولايات المتحدة، وألمانيا، وروسيا، والهند، وأستراليا، والمكسيك، وفيتنام. بالتالي، تُظهر لنا الدراسة أن احتمالية إنشاء المهاجرين لشركة وامتلاكها وتسييرها تتجاوز احتمالية الأشخاص المولودين في المملكة المتحدة بمرة ونصف (Dumitriu and Stewart 2019).

ولعل أحد الأسباب المُفسرة لهذا التميّز هو أن العديد من المهاجرين يحملون جينات ريادة الأعمال بالفطرة. فقد عايشوا المخاطر وحالات عدم اليقين في حياتهم من خلال

انتقلهم إلى بلد مغاير، وفي كثير من الأحيان، بلا رِفقةٍ لمساعدتهم سواء من الأصدقاء أو من الأسرة. ويُظهر استعدادهم للانتقال لبدء حياة جديدة، تَمَثُّعهم بالشجاعة والطموح، وبالنشاط والحيوية. فمجرد انتقالهم، يبصرون البلد المُستضيف بطريقة مختلفة عن السكان المحليين. يُعتَبَرُونَ أكثر استعدادًا لمحاولة فهم كيفية اشتغال الأمور، وأكثر مقدرة على تحديد الفرص التي قد تتولد عن إدخال بعض التغييرات. بإمكانهم أن يكتشفوا، مثلًا، أوجه القصور والعجز في السوق التي قد يعتبرها السكان المحليون أمرًا طبيعيًا.

في الحقيقة، غالبًا ما تُقود الأقليات الثقافية تنمية المشاريع الخاصة. باعتبارهم مُتَبَيِّنِينَ لأسلوب تفكير مختلف، يَتَمَتَّعُ الأجنبيون بقدره واستعداد كبيرين، مقارنة بالسكان المحليين، لإجراء تعديلات إبداعية من قبيل تجربة حلول مغايرة للثقافة السائدة وللنظام الطبقي كون أنها تعمل على نحو أفضل من غيرها. بالإضافة لذلك، يمكنهم التنبؤ بحدوث التغييرات في وقت مبكر وبوضوح، أكبر من المواطنين الأصليين، الأمر الذي يمنحهم ميزة أن يكونوا في المقدمة دائمًا.

ولهذه الأسباب وغيرها، تزداد احتمالية بدء المهاجرين القادمين إلى المملكة المتحدة والولايات المتحدة (وربما العديد من البلدان الأخرى) أعمال تجارية خاصة مقارنة بالمواطنين الأصليين. فعلى سبيل المثال، نجد أن نصف شركات الهندسة والتكنولوجيا في وادي السيليكون، قد أُسِّسَتْ من طرف مهاجرين بما في ذلك الشركات الكبيرة مثل جوجل Google وفايسبوك Facebook وتيسلا Tesla. بالإضافة إلى ذلك، نجد أن نسبة 43% من الشركات المدرجة في قائمة مجلة فورتشن Fortune Magazine للشركات 500 الأكبر لسنة 2017 قد أسسها مهاجرون، أو أبناءهم، بما في ذلك شركات مثل آبل Apple وأمازون Amazon وبوينغ Boeing وجنرال إلكتريك General Electric وفرايزون Verizon وحي بي مورجان J.P. Morgan وحتى فورد Ford.

الصناعات الملائمة لريادة الأعمال

يبدو أن بعض الصناعات تكون مناسبة أكثر للعمل الريادي مقارنة بصناعات أخرى. ونجد أن غالبية رواد الأعمال يستثمرون بالقطاعات ذات التكلفة الرأس المالية المنخفضة، بما في ذلك خدمات الإنترنت والبيانات (مثل تطبيقات المشاركة والبرمجيات والأمن الإلكتروني)، والاستشارة في قطاع الاستثمار والمحاسبة. وهذا ليس بالأمر المفاجئ، فمن الواضح أنه من الصعب على رائد الأعمال إنشاء شركة جديدة ذات تكاليف رأس مالية مرتفعة (مثل صناعة السيارات، وبناء السفن، وشركات الطيران، والرعاية الصحية، والطاقة)، على الرغم من مقدرة البعض على القيام بذلك. فإننا نجد أن معظم رواد الأعمال والشركات سريعة النمو يشتغلون اليوم في مجالات تكنولوجيا المعلومات، والتكنولوجيا الحيوية، والتمويل، وتجارة التجزئة. ومن المرجح أيضًا تخصصهم في الأعمال التجارية التي يمكن الاستفادة منها في إنشاء شركة كبيرة سريعة النمو، مثل صناديق التحوط ووسائل التواصل.

وفقًا للتقرير الصادر عن المراقب العالمي لريادة الأعمال (Global Entrepreneurship Monitor)، يتركز نشاط رواد الأعمال في البلدان الفقيرة غالبًا في أعمال المبيعات، مثل السلع الأساسية وتجارة الجملة والتقسيم. أما في البلدان الغنية، فإنهم يفضلون الأعمال المرتبطة بالتمويل والعقار وخدمات الأعمال التجارية. من جهة أخرى، وعلى مستوى الشركات الريادية العالمية، نجد اليوم انخفاضًا في نسبة شركات تجارة الجملة والتقسيم، في حين أن نسبة شركات الخدمات والتكنولوجيا تعرف نموًا مهمًا. ويشير هذا التغيير ببساطة إلى أن ثروة العالم قد ازدادت، وأن هناك طلبًا متزايدًا على الخدمات التي كانت تعد سابقًا من الكماليات. كذلك، قد يعود السبب أيضًا لاكتساب غالبية الأشخاص، في العديد من البلدان الفقيرة، لرأس مال كافٍ لتوسيع نشاطهم المبني على القطاعات الأساسية، إلى القطاعات الأكثر تطورًا مثل خدمات تكنولوجيا المعلومات التي يمكن تسويقها وبيعها في جميع أنحاء العالم. في هذا الصدد، يُبين مثال كوريا الجنوبية التي كانت أحد أفقر دول العالم في الخمسينيات من القرن العشرين وأصبحت الآن واحدة من أغنى البلدان في العالم، أن ميزتها النسبية

مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بزيادة الأعمال "اقتصاد العمل الحر- Gig economy"، وربما يكون هذا القطاع في المستقبل موطناً لنسب متزايدة من رواد الأعمال على مستوى العالم.

تحتل زيادة الأعمال الداخلية، والتي يُعنى بها الابتكار الريادي من داخل الشركات القائمة بالفعل، مكانة مهمة في أوروبا، حيث تلعب كل من السويد وألمانيا وقبرص دوراً كبيراً في هذا بشكل خاص. وربما يعود هذا التفوق إلى المؤسسات والهياكل الأوروبية التي تدعم الشركات الكبيرة على الشركات الناشئة، والمتمثلة في قوانين الضرائب، والقوانين الخاصة بحكامه الشركات، والأعباء التنظيمية، وتمويل البنوك والسندات، بدلاً من ملكية الأسهم. وقد تتوفر ظروف العمل الملائمة للعديد من الأشخاص الذين يتمتعون بروح ريادية داخل الشركات الكبرى المعروفة بتحكّمها في المخاطر.

مستقبل زيادة الأعمال

كما سبق وذكرنا، يُلاحظُ بعض المراقبين الغربيين انخفاضاً كبيراً في ديناميكية الأعمال التجارية مع مرور الوقت. إذ تُشير دراسة استقصائية أجراها معهد بروكينغز Brookings Institution بخصوص هذا الموضوع إلى انخفاض ملحوظ لمعدل الشركات الناشئة الجديدة في الولايات المتحدة أولاً، ومعدل خروج الشركات القائمة من الأسواق ثانياً. في الوقت ذاته، انخفضت نسبة مناصب الشغل المتولدة عن الشركات الناشئة الصغيرة في الولايات المتحدة. فمنذ ثمانينيات القرن العشرين، انخفضت نسبة اليد العاملة في الشركات الناشئة من 20% إلى 10%، بينما ارتفعت النسبة توظيف الشركات الكبرى من 40% إلى 50% (Decker et al. 2016).

في الواقع، تفتقر هذه المؤشرات إلى الدقة. فإذا كانت تعرف ديناميكية الأعمال التجارية انخفاضاً فعلياً، فذلك قد يكون محلياً أو بصفة مؤقتة أو نتيجة العديد من العوامل المختلفة مثل أسعار الفائدة المنخفضة التي تساعد "الشركات الأشباح Zombie company" غير المنتجة في البقاء على قيد الحياة. عموماً، تُشير غالبية الأدلة إلى

انخفاض في نسبة الإنتاجية في كل من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وألمانيا وغيرها من الاقتصادات المتقدمة. ويُفسَّر ذلك بتراجع ديناميكية الأعمال (Masnik 2017).
بالتالي، يظل السؤال المطروح مرتبطاً بالأسباب الكامنة وراء حدوث هذا الانخفاض؟ مرة أخرى، تُقدِّم العديد من التفسيرات البديلة للإجابة عن هذا التساؤل (Dumitriu 2019a). يرى البعض أن تراجع مستوى الثمّو السكّاني في الاقتصادات المتقدمة قد يُترجم بانخفاض احتمالية ولادة رواد الأعمال (Hathaway and Litan 2014)، خاصة ما إذا كانت تعتبر عملية تكاثر الشركات الناشئة في القطاعات الأكثر الإنتاجية متمسرة وغير منقطعة في الدول المتقدمة. من جهة أخرى، يرى البعض الآخر أن الأهمية المتزايدة للعلامات التجارية وأنظمة تكنولوجيا المعلومات المُكلّفة، تُصعّبُ المأمورية على الشركات الناشئة لدخول المنافسة (خذ مثلاً محركات البحث العالمية أو البرامج المكتبية Office Software أو منصات التسوق الإلكتروني De Ridder 2019). ولكن في الواقع، لم ترتفع نسبة العائدات الناتجة عن هذه المعايير كثيراً. وإذا كانت هنالك بعض الإنجازات تستحق الذكر، فقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تخفيض التكاليف التي تنقل كاهل الشركات الصغيرة بشكل ملحوظ (Gutiérrez and Philippon 2019).

إن التفسير المحتمل لهذا الانخفاض مرتبطٌ أساساً بحجم اللوائح التنظيمية. تُقرض اللوائح التنظيمية المتعلقة بالمنتجات (مثل معايير وضع المصنّعات) أو بالعمليات (مثل طرائق التصنيع) أو بالتوظيف (مثل الحد الأدنى للأجور وساعات العمل وإجازة الوالدين) شروطاً محددة تُثقل كاهل الشركات الصغيرة مقارنةً بنظيرتها الكبرى. تتّمكن الشركات الكبرى من توزيع تكلفة الناتجة عن الامتثال لهذه اللوائح على عدد كبير من المبيعات، لكن الشركات الناشئة الصغيرة لا يمكنها القيام أو تحمّل ذلك. وقد يُفسّر هذا السبب تزايد وتعقيد اللوائح التنظيمية مثل ضوابط قانون دود-فرانك Dodd-Frank الأمريكي لسنة 2010 على شركات الخدمات المالية الذي يَري أنه قد عمَلَ على زيادة هوامش الربح بالنسبة للشركات الكبيرة (المرجع نفسه). نَحُدُّ بالمثل أن الاقتصادات التي تُخفّض نوعاً ما من حدة لوائحها التنظيمية مثل كوريا الجنوبية وتايوان وهونغ كونغ وتايلاند

وسنغافورة، تعرّف زيادة ملحوظة في أعداد رواد الأعمال ورواد الأعمال المتميزين. وفي مقابل ذلك، أوروبا، المعتمدة لوائح تنظيمية معقدة، فمن الظاهر أن يُنتج الابتكار بواسطة زيادة الأعمال الداخلية Intrapreneurship وبقلب الشركات الكبيرة (Stigler 1971):

قد تقود صناعة أو شركة ما إلى وضع اللوائح التنظيمية أو التشجيع عليها...؛ إنها قاعدة عامة. تُصاغ اللوائح التنظيمية من قبل صناعة وشركة معينة، وتُصمّم وتُشغّل في المقام الأول لصالحها.

بوسع الشركات الكبيرة أيضًا أن تتحمل تكاليف جماعات الضغط التي يلجأ إليها المشرّعون للحصول على معلومات معينة حين تصبح القضايا التنظيمية أكثر تعقيدًا. لكن لجماعات الضغط هذه مصلحة في إبقاء المنافسين خارج السوق. فإذا ما تمكنوا من إجبار رواد الأعمال الناشئين على استهلاك طاقاتهم في التعامل مع اللوائح التنظيمية المرهقة عوض ابتكار منتجات أكثر تنافسية، فإن هذا سيخدم مصالحهم جيّدًا.

أما فيما يتعلق بمصالح عامة الأفراد، ستُخدم وتُحمى بصورة أفضل من خلال صناعة مفتوحة وديناميكية وتنافسية، وليس من خلال صناعة خاملة وغير مستجيبة لمطالب المستهلكين وخاضعة لتنظيم صارم. فالسياسات مثل "آلية تحديد الصلاحيات التنظيمية Regulatory Sandbox" لهيئة السلوك المالي في المملكة المتحدة، التي تسمّح للشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية بتجربة نماذج أعمال جديدة دون فرض عقوبات تنظيمية عليها تُعدّ بمثابة خطوة مهمة نحو الاتجاه الصحيح.

7 - ريادة الأعمال المنتجة وغير المنتجة

في أي ظروف وعوامل تصبح ريادة الأعمال منتجة؟

إن مراقبة وتتبع الفرص ذات القيمة المضافة واتخاذ الإجراءات اللازمة لاستغلالها هو أحد الخصائص البشرية المشتركة والطبيعية والعالمية. فبالعودة إلى سنة 1776م، لاحظ آدم سميث "الجهد الثابت والمنظم والمتواصل الذي يبذله كل إنسان من أجل تحسين وضعيته"، واعتبر أن "الميل إلى المقايضة والمبادأة غريزة فطرية في البشر" لا تحتاج إلى تفسير (Smith [1776] 1981). فمن خلال "التفاوض والمساومة في السوق"، ستُخلق المصلحة الشخصية المشتركة منافع متبادلة كأن الأمر "تقوده يدّ خفية".

تعمل ريادة الأعمال وتصبح منتجة في الأسواق المفتوحة والتنافسية. تُخلق الحياة العديد من الفرص للأفراد قصد تحسين ظروفهم حتى بدون منفعة متبادلة مشتركة. قد يستغلّ المحامون الأذكياء مثلاً الثغرات القانونية التي قد تسمّح لعملائهم التهرب من غرامات متعلقة بتجاوزهم لحدود السرعة، وهو الأمر الذي قد لا يخلق أي قيمة إضافية للمجتمع. للصوص والمحتالين مصلحة كبيرة في البقاء محتاطين ويقظين لاغتنام الفرص مثل أي رائد أعمال، بيد أن الفرق هنا هو أن اغتنامهم لتلك الفرص الإجرامية لا يخلق قيمة للمجتمع بل يُنقصه قيمة معينة.

منتجة وغير منتجة ومخرّبة

إذاً، من الواضح أن "ريادة الأعمال" ليست كلها منتجة ومفيدة اجتماعيًا. فوفقاً لبومول (Baumol 1990)، يمكن لريادة الأعمال أن تكون منتجة تارة، أو غير منتجة تارة ثانية، أو مخرّبة تارة ثالثة. لا توجد حدود واضحة بين الثلاثة، ولكن يمكن القول إن النوع المنتج من ريادة الأعمال يخلق قيمة على جميع المستويات، والنوع غير المنتج يُؤلّد قيمة لجانب واحد فقط، والنوع المخرّب لا يخلق أي قيمة ولكنه يكون هداماً للقيم والهياكل.

ريادة الأعمال المنتجة. يُخلَق رَواد الأعمال المنتجين قيمة مضافة لأنفسهم ولزبائنهم على حد سواء. تُقاس هذه القيمة حسب عين الناظر. يُقدَّر الزبائن منتج رائد الأعمال بمقارنته بالقيمة المالية المدفوعة لشرائه، ويُقدَّر رَواد الأعمال الرّجح المالي الذي سيكسبونه مقابل الموارد المستعملة لصناعة المنتج مثل الوقت والجهد والمواد. فالعلاقة التي تربط الإثنين هي طوعية بالأساس. فإذا لم تُثر الصفقة اهتمامهم، يمكنهم التراجع والتَّخَلِّي عنها. لكن لا يعني ذلك أنهم يعتبرون أن وضعيتهم أفضل حالاً من خلال هذا التبادل. قد يُتأجرون تجارة بينية لأسباب شخصية: فالزبون يريد المُنتج، والمُنْتِج يريد المال. ومن خلال هذه العملية، تُخلَق قيمة مضافة يستفيد منها الجميع. عندما يسعى رَواد الأعمال المنتجين لتلبية مطالب الزبائن، فإنهم يبتكرون ويرفعون من الإنتاجية، ويساهمون في تعزيز التقدم، وتوسيع خياراتنا للشراء، وخلق قيمة مضافة تفيد المجتمع بأسره.

ريادة الأعمال غير المنتجة. قد يكون الفرد رائد أعمال دون الحاجة لخلق أي قيمة مضافة لأي شخص آخر. يُمثَّل التهرب الضريبي مثالا من بين الأمثلة الشائعة عن ريادة الأعمال غير المنتجة، إذ يبحث دافعوا الضرائب ومستشاريهم عن الطرق الممكنة (القانونية) لخفض فواتيرهم الضريبية من خلال تدابير محاسبية "إبداعية". قد يضع دافع الضرائب الأموال في حسابات التقاعد منزوعة الضرائب بدل من اعتبارها مصدر دخل، أو يمكنه الاستقالة من عمله وتأسيس شركة لتقديم نفس الخدمات ما يسمح له بالتقدم بطلب للحصول على الإعانات المالية للأعمال التجارية، أو قد يُخفِّض حدة المسؤولية الضريبية التي تتحملها شركته عن طريق تحويل الأرباح من البلدان ذات الضرائب المرتفعة إلى البلدان ذات الضرائب المنخفضة. وفي هذا السياق، انهمت كل من ستاريكس وآبل وأمازون وتفليكس وجنرال موتورز بالقيام بهذه الاستراتيجية للتهرب من دفع الضرائب أو من خلال نقل مقرهم الرئيسي إلى منطقة ذات غلاف ضريبي منخفض.

هناك مثال آخر يمثَّل في ممارسة الضغوط من أجل تمرير اللوائح والقرارات التنظيمية التي تُخَيِّمُ مصلحتك الخاصة. قد تُمثَّل هذه الضغوطات، على سبيل المثال، سببا لإقناع السياسيين بالإبقاء على اللوائح الضريبية المعتمدة أو القواعد التجارية المواتية

لقطاع الأعمال الخاص بأطراف معيّنة، أو إقامة علاقات صداقة مع المسؤولين بهدف استئثارهم للحصول على تراخيص تجارية أو تراخيص بناء. ومع تَوَسُّع صلاحيات السلطة الحكومية، تنامت جماعات الضغط لتصبح لوحدها تمثل ما تمثله صناعة ضخمة. إذ تنفق الشركات الأمريكية (بقيادة شركات الأدوية والتأمين والإلكترونيات والنفط والمرافق) أكثر من 3 مليارات دولار سنويًا على هذه الجماعات (Evers-Hillstrom 2018). قد يكون من الصعب تحديد الأطراف المتضررة نتيجة لهذا الترويج الذاتي، ولكن جماعات الضغط تهتمّ بالأساس بالأرباح التي ستجنيها مقابل هذا العمل.

ريادة الأعمال المخترية. ورغم ذلك، فإن بعض الأنشطة الريادية الأخرى، إذا كان بوسعنا حقًا اعتبارها كذلك، يُنتج عنها بالتأكيد بعض الأضرار والعواقب الوخيمة المتعلقة بها.

اعتبر الاقتصادي الأمريكي غاري بيكر (Gary Becker 1930-2014) أن المجرمين يتصرفون إلى حد كبير مثل رواد الأعمال النزيهين. فهم يُقيّمون ويقارنون بين الفوائد التي سيتم تحقيقها واحتمالية نجاحهم من جهة، ومع الحسائر المترتبة عن القبض عليهم ومعاقتهم من جهة ثانية (Becker 1968). فمن خلال حرصهم على اغتنام الفرص لسرقة الآخرين أو خداعهم، قد يعمد المجرمين لأساليب الابتزاز أو الاحتيال والسرقة، ومن الممكن أن يهددوا الشركات باستعمال العنف إذا لم يدفعوا أموال الحماية.

لا يمكن اعتبار هذه المعاملات طوعية، فهم يسلبون "قيمة" من الضحايا أو المتضررين دون موافقتهم. فكلما انتشر هذا النوع من الاستغلال على نطاق أكبر، ازدادت حدة الدمار المتمثلة في تضاؤل الخيارات المطروحة، وتضييق الحرية، وانخفاض الإنتاجية، وخسارة المجتمع للقيمة.

التأثير الحاسم للقواعد

يرتبط اعتبار عمل ريادي معين منتجًا أو غير منتج أو مخرب، بالقواعد المعمول بها.

لا يمكن اعتبار كل الأنشطة غير القانونية مخزبة بالضرورة. إذ لا يندرج ضمن تجليات التخريب، على سبيل المثال، تقديم للمرضى، في حالات حرجة متقدمة، بعض الأدوية التي يمكن أن تنقذ حياتهم رغم عدم التأشير عليها، أو عندما يتم بيع بعض الكتب المحظورة من طرف النظام الرسمي سرًا للزبائن، فالمتضرر الوحيد من هذه العملية هي الأنظمة الاستبدادية. تُصنّف هذه المعاملات على أنها اختيارية وواعية وطوعية، بحيث أنها لا تؤثر سلباً على أي شخص آخر.

من جهة أخرى، هنالك بعض الأنشطة القانونية التي يمكن أن يترتب عنها تداعيات سلبية أو مخزبة. فقد يُجرى الطبيب، بهدف تحقيق الربح المادي، عمليات غير ضرورية من خلال استغلال افتقار المرضى إلى المعرفة الكافية لحالتهم الطبية. فرمما قد يوافق المريض على إجراء العملية، لكن هذه الموافقة هي ناتجة عن معرفة محدودة للوضع الصحي ما يجعلها موافقة نسبية أو مُشوّهة.

يمكن للقوانين واللوائح التنظيمية المعمول بها أن تخلق فارقاً كبيراً في تحديد غايات وأهداف الأعمال الريادية. فقد تُحوّلها من منتجة إلى مخزبة وغير منتجة. فإذا كانت قيمة الضرائب مرتفعة وهيكلتها معقدة على سبيل المثال، ستنحصر عبقرية رواد الأعمال على تجنبها وتفاديها (قانونياً) أو التهرب منها (لا قانونياً)، بدلاً من خلق قيمة مضافة عن طريق توفير منتجات أفضل وأرخص. وإذا كانت المحاكم التي تبتّ في قضايا الشغل أقل تكلفة بالنسبة للعامل، وأكثر مقدرة على فرض عقوبات مالية على أرباب العمل، سيُحسّ هذا الأمر العمال على اختلاق ادعاءات كيدية أو مفبركة ضدهم ما سيجعل أرباب العمل منشغلين فقط بكيفية إيجاد وسيلة لتجنب هذه الضغوطات. فإذا كانت اللوائح التنظيمية تُحدّد بشكل كبير من هوامش الربح، سيعمل رواد الأعمال على التحايل عليها أو الضغط لتغييرها. وبالمثل، إذا كانت بعض الأنشطة المعيّنة مدعومة، سيبتركر الناس طرائق للحصول على هذا الدعم سواء كانت مرتبطة به أو لا.

التلاعب بالقواعد

تسمح النتائج المترتبة عن القوانين واللوائح التنظيمية والمنح والإعانات المكلفة أو غير الملائمة لرؤاد الأعمال، في كثير من الأحيان، من جني مزيد من المال، أو في تفادي التكاليف الضخمة من خلال توظيف محامين ومحاسبين وجماعات ضغط، بدلاً من المهندسين والمصممين والمديرين وغير ذلك من العاملين المنتجين. كذلك، قد يغدو من المرجح إجراء تلاعب بالقواعد عن طريق ممارسة الضغط أو سلك الإجراءات القضائية أو تمويل السياسيين المحبذين أو حتى رشوة المسؤولين. ولهذه الأسباب، يُندَل كل هذا القدر من الجهد في هذا الأمر. فحتى في روما القديمة، كان الطريق إلى الثراء مرهون بامتلاك القوة والنفوذ بدلاً من المبادلات التجارية التي كان يُنظَر إليها أصحاب القوة والنفوذ بنظرة سلبية. لقد قَدَم أباطرة روما مِنحًا وامتيازاتٍ لخلقهم تمثل في احتكار قطاعات استثنائية مفضلة مثل القطاعات الأساسية كالبناء، والشحن، واستخراج الملح، والتعدين.

بعدها بألف سنة، انتصرت نقابات العصور الوسطى في إنجلترا عن طريق استمالة المقربين لها في الحكومة من أجل تحديد عدد المهنيين المسموح لهم بولوج مجال تجارتهم، وعن طريق الضغط كذلك من أجل حظر دخول المنافسين من مدن أخرى. بالإضافة إلى ذلك، مارس التجار والمزارعون والحرفيون ضغوطات على الملوك من أجل حمايتهم من المنافسة الخارجية "غير العادلة" والمتمثلة في منع ولوج الحبوب الرخيصة أو القماش المطبوع. وقد حُظرت حتى آلات الحياكة الجديد التي كانت ستساهم في تحقيق وفورات مهمة. وكما هو الحال في روما، فقد مُنحت الامتيازات الملكية للأفراد وللشركات ما خلق احتكارات في قطاعات مختلفة.

لم يستفد من هذه الامتيازات سوى المنتجين المقربين على حساب البقية. لم تكن هذه الامتيازات غير منتجة فحسب، بل كانت محزبة أيضاً. لقد حُرِم المنتجون الآخرون من الفرص الريادية المتاحة. قُبع الابتكار وحُقِّصت الإنتاجية وأجبر عامة الناس على دفع أسعار باهظة وقبول جودة متدنية. لقد أجبروهم على تركيز جهودهم في استمالة دعم وحماية السلطة بدلاً من أن تنصَّب طاقاتهم في خلق قيمة مضافة.

من جهة أخرى، فبعد تقلُّص دور الامتيازات الملكية والمنح والاحتكارات في إنجلترا خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، تقلَّص عدد المكافآت المترتبة عن المحسوبة. ونتيجة لذلك، تحوَّل اهتمام رواد الأعمال من الاستخدامات غير المنتجة إلى الاستخدامات المنتجة ما عمل على تحفيز الابتكار وتحسين إنتاجية القطاع الزراعي وبرز ثورة صناعية غير مسبوقة.

تراخيص مزاولة المهنة

على الرغم من جميع هذه التغييرات، لم تختفِ زيادة الأعمال غير المنتجة والمحزبة بعد. قام الاقتصادي الأمريكي ميلتون فريدمان (1912-2006) بتحليل ودراسة التراخيص المهنية للأفراد المهنيين مثل الأطباء والمحاسبين (Friedman 1962) حيث وجد أن لها أثرًا سلبيًا يُخالِف الغاية التي أُسست لها والمتمثلة في حماية الأفراد. إذ إنَّها فتحت الباب أمام المهنيين لفرض رسوم عالية، وتقديم خدمات غير لائقة، وتقييد عدد الأفراد المسموح لهم بممارسة المهن المطلوبة في الأسواق. أما اليوم، فلقد أصبحت التراخيص المهنية أكثر انتشارًا مما كانت عليه عندما كتب عنها فريدمان. تُشير التقديرات إلى أن نصف المهن في الولايات المتحدة تتطلب ترخيصًا. ويشمل ذلك كل من مهن الحلاقة، ومنظمي الجناز والعزاء، ومصممي الديكور، وموظفي المكاتب، وأخصائيي تجميل الأظافر. تسمح الرخصة لأعداد هائلة من المهنيين من تجنُّب المنافسة. ويزداد الأمر سوءًا عندما يكون مزاولو المهنة الطرف المقرر للقواعد اللازم تطبيقها مثلما يفعل الأطباء والمحامون على سبيل المثال. ونتيجة لذلك، يُصبح من الصعب على الأطراف الأخرى دخول السوق خاصة أولئك غير القادرين على تحمل الرسوم والمتطلبات الضرورية لتوفير ترخيص مهني.

تعدُّ فضيحة تبييض الأسنان في نورث كارولينا أفضل مثال على هذا. تعتبر عملية تبييض الأسنان بسيطة إلى حد ما. تؤخَذ صواني بلاستيكية صغيرة وتُسكَّب بعض السوائل فيها ثم توضع على أسنان الزبون، بحيث لا توجد هنالك حاجة لأي تدريب

أساسي. ولكن عندما بدأت عيادات تبييض الأسنان تُفتَح في مراكز التسوق والصالونات، اعترض أطباء الأسنان، الطرف المرخص له بمزاولة المهنة والذي عادة ما يقدم الخدمة بأمانة باهظة. ولهذا، ضغطوا على مجلس الترخيص لإصدار أوامر تُلزِم الصالونات والعيادات بالتوقف الفوري عن ممارسة هذه المهنة غير المرخصة (Cease and desist order). فسيطرة أطباء الأسنان على مجلس التراخيص، وغياب تمثيلات لعيادات تبييض الأسنان، مكَّنتهم من استخدام صلاحيات المجلس في تضيق المنافسة بالسوق وتقليل اختيارات المستهلك (NPR 2018).

بالنسبة إلى تراخيص قيادة سيارات الأجرة، فالأمر لا يختلف عن المثال السابق. لقد استُعمل مبرر أمن الركاب عن طريق ضمان حسن خلق وسيرة سائقي سيارات كذريعة. بيد أن ذلك قد أدى في الواقع إلى تقييد وتقليل عدد المشغّلين والتسبب في رفع أسعار سيارات الأجرة. ففي سنة 1937، أوقفت مدينة نيويورك إصدار التراخيص بسبب ضغوطات سائقي سيارات الأجرة الذين وجدوا صعوبات كبيرة في جذب الزبائن في مرحلة ما بعد الكساد نتيجة تأثرهم بالتسعيرات المنخفضة التي تُقدِّمها سيارات الأجرة غير المرخص لها. أما اليوم، فلا يتجاوز عدد التراخيص 13 ألف وخمسة مائة ترخيص، أي ثلثي التراخيص التي منحت في الثلاثينيات، على الرغم من أن الطلب قد شهد ارتفاعا كبيرا منذ ذلك الحين. في الحقيقة، يُفضّل أصحاب هذه "التراخيص" (الذين يأجرونها للسائقين بالساعة) بقاء الوضع كما هو عليه. وبعد تمكّن التطبيقات المبتكرة لتشارك المواصلات من اقتحام أسواق سيارات الأجرة، تعرّضت لمقاومة شديدة من قبل مقدّمي الخدمة المعتمدين، كما هو الحال، على سبيل المثال، في لندن مع "سيارات الأجرة السوداء". وبالتالي، ونتيجة لهذا التضيق، غالبا ما تُجرّب تطبيقات تشارِك المواصلات، التي تقدّم خدمات أفضل بأمانة منخفضة، على الخروج من السوق. وفي فرنسا، وصلت السلطات لحد الجزم بمديري شركة أوبر التنفيذيين في السجن، الشيء الذي يُظهِر لنا جليًا مدى تأثير الضغط الذي تمارسه الشركات القائمة على السياسيين.

تُحرض الشركات الكبيرة على زيادة وتعقيد اللوائح التنظيمية بحجة أن اللوائح تساهم في حماية عامة الأفراد، ولكنها، بنية أو بدون، تستفيد من تأثيرها السلبي على المنافسة. تجعل شروط وقواعد التشغيل كالحد الأدنى لمتطلبات رأس المال، وقوانين تسقيف للأسعار، والمعايير الصارمة للمنتجات، من الصعب على الشركات الناشئة الريادية تقديم منتجات مبتكرة بثمن منخفض. وفي الواقع، إن مسألة اللوائح التنظيمية القائمة قد تكون مكلفة بالنسبة للشركات المنافسة الصغيرة. فإذا كان يوسع الشركات الكبرى أن تتحمل التكاليف القانونية، فهذه الأخيرة سوف تُصعب المأمورية على الشركات الجديدة الساعية إلى كسب زبائن كبريات الشركات القائمة. أيضا، قد تلجأ هذه الأخيرة لإنفاق المزيد من الأموال للضغط عليها، وتطوير علاقات مع صناعات القرار لمساعدتهم على صياغة قرارات تنظيمية تخدمهم ضد المنافسين المحتملين.

ظهور قيادة الأعمال السياسية

صحيح أن الأعمال التجارية غير الخاضعة للتنظيم مثل العروض المضللة للزبائن، وضعف معايير الإنتاج والجودة، والعقود أحادية الجانب، أو ظروف العمل غير الآمنة، قد تُنتج عواقب اجتماعية وخيمة. ولكن رغم ذلك، تُلعب اليوم تقييمات الزبائن customer reviews السلبية (خاصة في عصر الإنترنت) دورًا مهمًا في إبعاد الشركات ذات المنتجات الضعيفة وذات الممارسات غير الأخلاقية عن الأسواق. وفي غالبية الأحوال، يرغب معظم رؤاد الأعمال في صنع منتجات ريادية ومبتكرة تنال إعجاب وتقدير الزبائن. ولا شك أن العائق الأكبر يتجلى في تعقيد وكثرة اللوائح التنظيمية المنبثقة عن ضغط كبار المنتجين المستفيدين منها، بحيث تعيق هذه التنظيمات عملية نمو وازدهار الشركات الجديدة لدفعها للاعتماد على التقنيات القديمة من جهة، وتحويل دون تحقيق التقدم الاقتصادي وتشجيع الحسوبية من جهة ثانية.

هنالك العديد من الأمثلة في مختلف أنحاء العالم لهذه القضية. فمثلًا، استفاد التكتل التجاري التشايبول Chaebol في كوريا الجنوبية من اللوائح التنظيمية والإعانات

الحكومية حتى كُشف لاحقاً عن تورطه في قضايا رشوة وفساد عديدة. أما في روسيا، ازدادت ثروة القلة القليلة المتمركزة على رأس الهرم بسبب اعتمادها على المحسوبة السياسية المهيمنة منذ سنوات، في حين أن عامة الشعب الروسي لم يستفيدوا ولو جزئياً من أنشطة هذه الفئة. وفي بولندا، كُشفت دراسة استقصائية تركيز رؤاد الأعمال على الأنشطة غير المنتجة مقارنة بالأنشطة المنتجة (Dominiak and Wasilczuk 2017). وتكرر هذه القصص في أماكن أخرى في شرق أوروبا.

بالنسبة للولايات المتحدة، فلا تُنفق الشركات مليارات الدولارات على جماعات الضغط فحسب، بل يدفعون أيضاً مبالغ ضخمة لتعيين مسيرين ووزراء حلفاء في المجالس الإدارية للجماعات. فالسلطة الحكومية تُجذب من قد يستغلها.

في الواقع، لا تُفسَّر معدلات النمو الاقتصادي البطيئة في العديد من البلدان الأكثر تقدماً مثل الولايات المتحدة وأوروبا بنقص في ريادة الأعمال أو بانخفاض معدل الشركات الناشئة. بل يعود السبب الحقيقي وراء ذلك إلى تحوّل طاقة ريادة الأعمال من الأنشطة المنتجة إلى الأنشطة غير المنتجة، أي في انتقالها من عملية ابتكار منتجات أفضل وأرخص، إلى عملية ممارسة الضغط والمحسوبة. لا تُنتج المصلحة الشخصية الفردية فائدة مشتركة للمجتمع إلا إذا كانت متوائمة مع المؤسسات إيجابياً. وفي حالة لم تكن كذلك، تنهار الدول والحضارات، حتى وإن كانت غنية، نتيجة للمحسوبة وظهور النشاط غير المنتج مثلما حدث في روما والصين القديمتين قبل قرون من الزمن.

ريادة الأعمال والمؤسسات

بالتالي، يظل السؤال مرتبطاً بكيفية وطريقة إنشاء بنية مؤسسية ملائمة وتقديم حوافز مناسبة للحفاظ على ريادة أعمال منتجة؟ في الواقع، لا شك أن البيئة السياسية المستقرة وسهولة الوصول إلى رأس المال يساعدان كثيراً في دعم هذا النوع من ريادة الأعمال. أيضاً، يلعب كل من ضمان حقوق الملكية وموثوقية النظام القضائي والقيود المفروضة على السلطة السياسية أدواراً مهمة لتعزيز ريادة الأعمال.

إن توفير هذه الظروف الملائمة ليس بالأمر الهين. قد تُنتج البنا المؤسساتية القديمة المتجذرة تاريخياً وثقافياً وعقائدياً في المجتمع نتائج سلبية ضارة، بحيث سيُدافع عنها بشراسة من قبل الأطراف المستفيدة ومن طرف رجالات السلطة. وبالتالي، لا يمكن اعتبار التغيير المؤسساتي تحولاً بسيطاً نحو وضعية أكثر منطقية كما قد توحي به الكتب الاقتصادية الأكاديمية، بل هو عملية حساسة ذات أبعاد سياسية. فعلى سبيل المثال، بعد سقوط جدار برلين في سنة 1989، كانت هنالك مطالب شعبية لوضع حد للتجاوزات السلطوية والقمعية السائدة، ما دفع معظم الاقتصاديين الغربيين إلى توقع هيمنة سريعة لمؤسسات وأخلاقيات السوق. وعلى الرغم من أن ذلك التحول قد بدا جلياً في بعض الدول، خاصة تلك التي كانت تشهد نمواً للمؤسسات الليبرالية قبل الحقبة السوفيتية (مثل إستونيا وجمهورية التشيك)، ولكن نفس هذا التحول كان محفوظاً بالمخاطر في معظم الحالات. كما أن بعض البلدان كأوكرانيا سلكت طريقاً مغايراً تماماً. أما الدول كروسيا، التي ليس لها تاريخ يجمعها بقيم ومبادئ السوق، لم تتحسن ظروفهم الداخلية ونشأت نتيجة لذلك طبقة سلطوية جديدة من الفاسدين والأوليغارشيين نتيجة لهذا التحول. وبالتالي، تعتبر كل من مؤسسات الثقافة والتاريخ والدين وواقع السلطة من العوامل القوية ذات التأثير الكبير الذي يمتد إلى مستويات كبيرة.

تتغاضى غالبية الدول التي في أمس الحاجة إلى إصلاحات من شأنها توجيه رؤود الأعمال نحو تحقيق غايات منتجة عن هذه الأمور بحجة أن السلطات الحاكمة تخشى أن يؤثر هذا على سلطتها. قد لا يدرك الآخرون الحجم الهائل للإصلاحات المطلوبة. لهذا، يتمسكون بفكرة مفادها أنهم قادرون على إدارة الأسواق وتحقيق أهداف الإنتاج وتوفير فرص الشغل. كذلك، قد يكون من الصعب استئصال الفساد المُستشري الذي يعرقل جهود الإصلاح (حتى بين رجال الشرطة والقضاة)، ما يُعرق البلدان في الروح الريادية القديمة والحزبية.

تنتشر الروح الريادية القوية على نطاق واسع. فهي قوة جبارة تعمل على تحقيق الازدهار والتقدم. ولكن، يتعين علينا أن نعمل جميعاً على إنشاء مؤسسات سليمة

تعمل على توجيهها نحو أهداف قيّمة اجتماعيًا وآلا نستئين بحجم هذه المهمة
(Henrekson and Sanandaji 2011).

8 - أي دور للسلطة الحكومية في عملية تعزيز ريادة الأعمال؟

إدراكًا منها بفوائد ريادة الأعمال على الاقتصاد وعلى المجتمع ككل، حاولت العديد من السلطات الحكومية وضع سياسات ملائمة لتشجيعها. بيد أن معظم هذه السياسات تفشل إما للارتباك المتعلق بثقل المهمة، أو لأن الإستراتيجية محدودة وقصيرة الأمد، أو لهيمنة البيروقراطية الإدارية، أو لعدم إدراك واقع السوق، أو للتركيز المفرط على الغايات السياسية بدلاً من الاقتصادية. وعلى حد تعبير الخبير الاقتصادي جوش ليرنر Josh Lerner من جامعة هارفارد (2009)، تُعدُّ الجهود الحكومية الرامية إلى تعزيز ريادة الأعمال بمثابة "شارع للأحلام المكسورة - Boulevard of Broken Dreams".

شارع الأحلام المكسورة

تبنيّ الاتحاد الأوروبي في سنة 2002 م ما يُعرّف الآن باسم "إستراتيجية لشبونة- Lisbon Strategy". أكدت هذه الإستراتيجية على "ضرورة اعتماد النمو الاقتصادي وخلق فرص الشغل على الأعمال التجارية والروح الريادية لرؤاد الأعمال". وعليه، اقترحت الإستراتيجية إصلاحات سياسية لتشجيع هذه الروح. وقد كان الهدف من المشروع جعل اقتصاد الاتحاد الأوروبي، بحلول سنة 2010، "مبنيًا على المعرفة والأكثر تنافسية وديناميكية في العالم" من خلال "الابتكار من أجل النمو" و"الاستثمار في البحث" و"تطوير ريادة الأعمال ضمن بيئة أعمال تنافسية". وقبل حلول سنة 2010 بسنوات، اعترف مسؤولو الاتحاد الأوروبي بالفشل الذريع لهذه الإستراتيجية.

فشل السياسات العامة. إن السبب الأكبر وراء فشل هذه السياسات هو أن الإستراتيجية لم تميّز بين الشركات الصغيرة والشركات الريادية، بحيث كان هدفها يتمثل في خلق مزيدٍ من الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم. ولكن، كما رأينا مسبقًا، هذا ليس من دعائم ريادة الأعمال، بل وقد يكون عكس ذلك تمامًا. إن معدل ريادة

الأعمال الابتكارية منخفض في العديد من دول الاتحاد الأوروبي مثل اليونان وإيطاليا وإسبانيا والبرتغال على الرغم من ارتفاع معدلات العمل الحر في هذه البلدان. وفي الوقت نفسه، يبلغ معدل العمل الحر في وادي السيليكون، الذي يُعدُّ أحد أكثر التجمعات النشطة على مستوى العالم في ريادة الأعمال، حوالي نصف المتوسط في بقية كاليفورنيا (Sanandaji and Sanandaji 2014).

يمكن للمنح والإعانات والإعفاءات الضريبية جعل العمل الحر مغرياً. بيد أن السياسات التي تُشجّع العمل الحر لا تعني بالضرورة تشجيع ريادة الأعمال، بحيث تقود غالباً إلى جعل الشركات الصغيرة غير المنتجة متواجدة بالسوق، وتحوّل دون تنامي وتوسّع رواد الأعمال المحتملين. فعلى حد تعبير خيرري ريادة الأعمال تينو ونيا سانداجي Tino and Nima Sanandaji، السؤال الذي ينبغي طرحه يجب أن يكون كالتالي: "هل نسعى لزيادة عدد الشركات المشابهة لـ Google و Walmarts أو نطمح للحصول على مزيد من السباكين ومتاجر البيع بالتقسيس؟" (Sanandaji and Leeson 2013).

دعت الإستراتيجية أيضاً إلى زيادة الإنفاق العمومي على البحث العلمي والتطور التكنولوجي في الاتحاد الأوروبي إلى 3% من الناتج المحلي الإجمالي. لكن في الحقيقة، لا توجد أي صلة واضحة بين الإنفاق على البحث العلمي وريادة الأعمال. لا يعني البحث الابتكار، ولا يعني الابتكار منتجات مبتكرة. قد تُوفّر البحوث المواد اللازمة للابتكار، كما قد تُوفّر الابتكارات المواد اللازمة للمنتجات الإبداعية. ولكن، يجب أن تكون هذه المنتجات عملية وجذابة من أجل المساهمة في التقدم والنمو الاقتصادي، الشيء الذي يتطلب مهارات ريادية. فمن دون إشراف رواد الأعمال في هذه العملية، لن يساهم الإنفاق العمومي (أو الخاص) على البحوث العملية في توفير منتجات ذات قيمة مضافة أبداً.

وأخيراً، تجاهلت إستراتيجية لشبونة كلياً التأثير الجذري الذي تُخلّفه السياسات الاقتصادية (مثل الضرائب واللوائح التنظيمية) على ريادة الأعمال. يُواجه رواد الأعمال بالفعل مستقبلاً غير واضح وأرباح مستقبلية غير مضمونة، كما تمتص الضرائب المرتفعة

أرباحهم المحتملة وتزيد بالتالي احتمالية فشل مشاريعهم. زد على ذلك اللوائح التنظيمية التي تفرض عبء "ضريبة الوقت- Time tax" والذي يؤثر بوضوح على الشركات الصغيرة والناشئة غير القادرة على مجابهة مثل هذه الأعباء. كذلك، قد تحوّل اللوائح دون استخدام التقنيات المبتكرة من خلال تحديد معايير معتمدة على العمليات القديمة.

استراتيجيات أخرى

عندما راجع ليرنر Lerner المبادرات الحكومية المختلفة لتعزيز زيادة الأعمال، اكتشف أن معظمها لا يقود إلا للإخفاقات، والتي هي عبارة عن تكرار لأخطاء الآخرين في الماضي. حاولت العديد من البلدان إعادة إنتاج ديناميكية زيادة الأعمال كما هو الحال في وادي السيليكون، ولكن لم تستطع تحقيق نفس النتائج. كذلك، سعت العديد من دول الشرق الأوسط إلى تكرار نجاح دبي المدهش عن طريق تحويل مبنائها من ميناء عادي إلى منطقة اقتصادية حرة (ميناء حر)، غير أنهم فشلوا جميعًا في تحقيق ذلك ما أدى إلى تبذير المال العام نتيجة سياسات خاطئة دون تحقيق نتائج مرضية. بالتالي، من الواضح أنه ليس من السهل إنشاء محاور ريادية جديدة في مناطق تفتقر لميزاتها. فنجاح هذه المحاور كثيرًا ما يعتمد على مزج بين الظروف الجغرافية والاجتماعية والأوضاع الملائمة.

حكومة زيادة الأعمال. حاولت الحكومات جعل القطاع العمومي رياديا، على الرغم من أن هذه السياسات لا تكفل عادة بالنجاح (Klein 2017). في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، دعا رئيس الوزراء البريطاني توني بليز Tony Blair إلى "قطاع عام ريادي". ونتيجة لذلك، حذره رائد الأعمال ومؤسس شركة إيزي جيت EasyJet ستيليوس حاجي يوانو Stelios Haji-Ioannou من هذه الخطوة لأن "القطاع العام الريادي يفتقر للمنافسة". ففي غياب المنافسة واحتمالية تحقيق عائدات كبيرة عند النجاح، من الصعب تحوّل الموظفين العموميين إلى رواد أعمال في القطاع

العمومي. ورغم كل هذا، ما زالت لجنة مجلس العموم البريطاني، بعد عقد من الزمن، تتطلع إلى "قطاع عمومي أكثر ابتكارًا وريادية" (UK Government 2011).

في الحقيقة، تُعدّ المنافسة أمرًا مهمًا ورئيسًا. فإذا لم يتمكن الزبائن من تغيير المُمَوّن ببساطة وسهولة، لن يكون هناك أي حافز لدى أي هيئة احتكارية، عمومية كانت أم خاصة، للبحث عن سبل أفضل وأرخص لإنتاج عروض بأمنة معقولة وجودة عالية، ناهيك على أن موظفي الخدمة العمومية لا يمكنهم فعلاً الاستفادة من الأرباح الناتجة عن الابتكارات الناجحة. ففي أفضل حالاتهم قد يتلقون ترقية، لكن لن يتمكنوا أبداً من الحصول على الأرباح التي يحلم بها رواد الأعمال التجاريون. وإذا حدث خطأ ما في مشروع معين، يُلقى اللوم عليهم ما قد يفقدهم الترقية بسبب ذلك. ونتيجة لهذا، فإن دافعهم للابتكار والمجازفة محدود للغاية. لذلك، تتمثل أولوياتهم الرئيسية في "حماية أنفسهم" من خلال تجنب أكبر قدر ممكن من المخاطر في المشاريع التي يسهرون عليها.

تُعدّ المخاطرة بالمال العام أمرًا مثيرًا للجدل بأي حال من الأحوال. فلقد أصبحت الحكومات الوطنية والمحلية التي تقوم باستثمارات دون تحقيق النتائج المرجوة، مُدانةً وتُنتقد بشدة. وقليلًا ما يثنى عليها عندما تُحقّق الاستثمارات نتائج إيجابية. في الواقع، تُقيّد الخدمة المدنية بشروط مصاغة بهدف تفادي ومنع تبذير الأموال العامة. أما بالنسبة إلى موظفي الخدمة المدنية، فهم على العموم ليسوا بالأشخاص الذين يحبون المخاطرة. لقد اختاروا العمل في القطاع العام لأنهم يفضلون الاستقرار بدلاً من المخاطرة.

أي دور للسياسة؟

جرى توضيح بعض الأسباب التي تدفع السياسيين إلى محاولة تشجيع ريادة الأعمال. فمن بين المزايا الناتجة عن الابتكار، خلُق القيمة المضافة وتعزيز الإنتاجية وتحقيق كل من التقدم والنمو الاقتصادي وتوفير فرص الشغل وتحسين المنتجات والفوائد الاجتماعية. أيضًا، نظرًا لأن تطوير منتج ما يؤدي إلى تطوير منتج آخر، فإن هذا

يؤدي إلى تحسين متواصل للأداء وخلق القيمة المضافة في المجتمع بأكمله. لذا، من السهل فهم الدوافع التي قد تجعل الحكومات راغبة في تشجيع رواد الأعمال وتعزيز زيادة الأعمال.

تَحسِبُ الحكومات أن امتلاك قطاع أعمال ريادي متألق مسألة تتعلق بالهبة الوطنية، خاصة ما إذا كان هذا القطاع يشارك في تكنولوجيا رائدة مثل الذكاء الصنعي أو الطاقة المستدامة. وقد يعتقدون أنه يمكن تسريع هذه الصناعات الرائدة عن طريق توفير مصادر رأس مال إنمائي لرواد الأعمال، معتقدين أن هذا من شأنه أن يُؤلِّد المزيد من المكاسب للمجتمع بأكمله. وبنفس الفكرة، قد تسعى الحكومات إلى توفير رأس المال الإنمائي عن طريق زيادة النفقات العمومية. فقد يُتَخَيَّلُ لها أن إمام أصحاب المشاريع الناشئة بـجبايا وحيثيات التكنولوجيا المشتغلين عليها، لا يعني إجادة إدارة الأعمال التجارية أو المقدرة على إقناع المستثمرين على تمويل أعمالهم. لذا، فهم بحاجة إلى المعلومات والمشورة أو حتى المساعدة في التفاوض على العقود مع مقدمي رأس المال الخاص. لهذا، تعتبر الحكومات نفسها قادرة على خلق جسر بين رأس المال الدولي ورواد الأعمال المحليين - ليس فقط من خلال تقديمهم وعرضهم لمقدمي رؤوس الأموال الأجانب (وهو ما تفكر فيه قلة من الشركات الناشئة)، بل وأيضًا بالمساعدة في تبسيط الخدمات اللوجيستية لربط الطرفين معًا.

قد تعتقد الحكومات أيضًا أن مثل هذه المساعدات ستعود بالنفع على كل من الأجيال الحالية والقادمة، كما من شأنها خلق اقتصاد أكثر تنوعًا وقوة. وقد يرون أيضًا أن ارتفاع معدل زيادة الأعمال والابتكار يُشكِّلُ علامة جيدة بالنسبة إلى المكانة الوطنية، وأن بعضًا من التأييد الرسمي من شأنه المساعدة في الإشارة إلى رغبتهم في دعم وتشجيع الابتكار، وأخذهم ملف ولطالب رواد الأعمال على محمل الجد. قد يحسبون أيضًا أن "الشركات الأولى الرائدة" في أي قطاع أعمال جديد، يتعيَّنُ عليها تخصيص المزيد من الوقت والجهد في البحث العلمي والتطوير التقني أكثر من الشركات الأخرى، حتى ولو كانت الفوائد الاجتماعية المُترتِّبة عن الجهود الرائدة كبيرة جدًا. لذا، ربما يرغبون في تقديم

المساعدة لهذه الشركات الأولى الرائدة بغية تشجيع المزيد من التفكير الإبداعي وتعزيز الفوائد الاجتماعية التي قد تترتب عن ذلك.

أدوات ووسائل الاستثمار العام

مع أخذ كل هذا بعين الاعتبار، استثمرت العديد من الحكومات كثيرًا من الأموال في محاولة تعزيز ريادة الأعمال. تمتلك العديد من البلدان "صناديق سيادية" أو "صناديق الثروة الاجتماعية"، وهي صناديق استثمار مملوكة للدولة تستثمر بها في الأصول المالية مثل الأسهم والسندات والذهب أو العملات الأجنبية والأسهم الخاصة وصناديق التحوط. وغالبًا ما تُؤسس باعتبارها شركات قابضة للاستثمارات الإستراتيجية في قطاعات مثل الطيران أو المرافق، أو لتوفير رأس مال طويل الأجل للأجيال القادمة (مثل النزوح). إذ غالبًا ما تتكون هذه الصناديق من عائدات النفط أو بعض الأصول الوطنية الأخرى من السلع الأساسية ذات الأجل المحدد. قد تستخدِمها الاقتصادات القائمة على السلع الأساسية أيضًا للمساعدة في توفير الإيرادات عندما تتقلب أسعار السلع الأساسية، ولو أن الهدف العام ليس استخدامها من أجل تغطية تكاليف الإفراق العمومي غير المستدام، بل لمنع تبذير الإيرادات بصورة غير متوقعة.

من الممكن إنفاق هذه الأموال في تعزيز البحث العلمي ودعم التعليم وغيرها من النفقات التي يُعتبر أنها تُعزز ريادة الأعمال. ولكن في حالة ما كانت هذه النفقات ضخمة وغير مُعقّنة، فإنها قد تؤدي إلى اختلال الأسواق وفقدان توازنها وضعف وسائل تمويل المشاريع الخاصة. أيضًا، قد تكون طريقة تقديم هذه النفقات بيروقراطيةً بشكل كبير في غياب نسبي للشفافية. كذلك، قد تُخفي هذه النفقات وراءها أهدافًا مشبوهة وغير مؤكدة. فقد يكون هدفها ليس فقط تحقيق الربح المادي، كما هو الشأن بالنسبة للصناديق الخاصة، بل تسعى إلى خدمة أهداف سياسية غير معلنة ومتغيّرة. تنطبق نفس الإشكالات أيضًا على الاستثمارات العمومية الأخرى التي قد يكون الغرض منها تعزيز روح ريادة الأعمال مثل الإعانات، والمنح، ومشاريع البنية التحتية، والإعفاءات

الضريبة. وفي كثير من الأحيان، كما هو الحال مع إستراتيجية لشبونة، لا تستطيع الحكومات تحديد، بشكل مدقق وواضح، لماهية "ريادة الأعمال" التي تُحاول الترويج لها، ولا القدرة على قياس نجاحها في تحقيق هذه الغاية.

التدخل الحكومي: بين التأييد والرفض

نظرًا إلى كل هذا، لا ينبغي لنا التعجّب في حالة ما فشلت معظم الجهود الحكومية لتشجيع ريادة الأعمال محققة بذلك القليل من القيمة المضافة فيما يتعلق بتعزيز الابتكار والمشاريع التجارية. ورغم ذلك، فما زالت التساؤلات تطرح من طرف مؤيدي التدخل والدعم الحكومي حول جدوى ترك المسألة كاملة لميكانيزمات السوق.

الحكومة وتكنولوجيا المعلومات. تزعمُ هذه الفئة مثلًا أن وادي السيليكون لم يكن نتاجًا محضًا لرأسالية السوق، بحيث أن حُجَّتْهم في ذلك هو العدد الكبير للقروض والإعانات الحكومية الممنوحة لمبادرات تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى مشاريع الدفاع والمشاريع الحكومية الأخرى التي قدّمت الأموال الضرورية لرؤاد الأعمال في مجال تكنولوجيا المعلومات لبدء أعمالهم وتطويرها. تُعتبر جامعة ستانفورد في الأصل مؤسسة خاصة، ولكن بحلول الخمسينيات من القرن الماضي، كانت تُعدّ أفضل مكان يُضَمُّ غالبية الباحثين القادرين على مساعدة الجيش وأجهزة الاستخبارات في مواجهة تحديات الحرب الباردة، وعلى مساعدة وكالة ناسا للفوز بسباق الفضاء. بالإضافة إلى ذلك، كانت تُعتبر حكومة الولايات المتحدة أكبر زبائنها والتي انبثقت منها الشركات العاملة على تصنيع أجهزة وبرامج تكنولوجيا المعلومات. و فقط عندما بدأ مستثمرو نيويورك في إدراك التغيير القائم، بدأت "صناديق رؤوس الأموال المجازف" في فتح أبوابها للاستثمار (Medeiros 2019).

إضافة إلى ذلك، عمّلت السلطة الحكومية على تشكيل الأسواق التي تضمّ الآن شركات تكنولوجيا المعلومات الرائدة في وادي السيليكون. فقد انطلقت شبكة الإنترنت كمشروع اتصالات عسكرية، ثم توسّعت لتشمل الأوساط الأكاديمية، وبعد

ذلك، استطعنا الاتصال بها عن طريق حواسيبنا المنزلية. ثم إن نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) Global Positioning System قد أنشئ بمبادرة حكومية. ومولت خوارزمية بحث شركة جوجل Google بواسطة المنح الحكومية. أضف لذلك أن كل من نظام التشغيل Windows وخرائط جوجل Google maps، والحوسبة السحابية Cloud computing، والمكالمات المرئية video call، قد حصلت على مساعدات مھمة في بدايتها من طرف الحكومة. أيضا، استلمت شركة تسلا Tesla قرضا حكوميا بقيمة نصف مليار دولار من وزارة الطاقة الأمريكية. وكذلك، تلقت صناعات إيلون ماسك Elon Musk ما يقرب من 5 مليارات دولار من الدعم العمومي (المرجع نفسه)، بل وحتى نظام براءات الاختراع الذي تعمل بموجبه شركات وادي السيليكون على حماية اختراعاتها تأسس من قبل نظام حكومي.

بناء على ما سبق، يرى بعض النقاد أن الفكرة القائلة بأن وادي السيليكون هو نتاج للسوق الحرة ليست مجرد فكرة خاطئة، بل هي ذريعة للضغط من أجل تخفيض حدة الضرائب وتبسيط المساطر التنظيمية.

معارضة التدخل الحكومي. في مقابل كل هذا، فإن تعزيز المشاريع الاقتصادية ليس هو مھمة الحكومة الأساسية، ولا حتى غاية تتقنها أو مؤهلة للتدخل فيها. حاولت العديد من الدول استنساخ تجربة وادي السيليكون وإنشاء مجموعات تكنولوجية خاصة بها كفرنسا مثلا. ولكن شأنها في ذلك شأن العديد من التجارب الأخرى، تمثّلت النتيجة المعتادة في إنفاق مبالغ ضخمة من أموال دافعي الضرائب دون تحقيق أي مكاسب واضحة. فإذا كان أصحاب رؤوس الأموال الخاصة يقيّمون آفاق الشركات الناشئة بانتظام، ويتحلّون بالخبرة والدراية اللازمة للقيام بذلك من جهة، والحافز للتحرك بسرعة لاتخاذ القرارات الصحيحة من جهة أخرى، فإن الموظفين العموميين، في المقابل، يتعرّضون لضغوط مفرطة ويركزون على القضايا السياسية أكثر من تركيزهم على النتائج الاقتصادية. وفي سعيهم لتحقيق هذه الأهداف السياسية، يفرطون في وضع برامج دعم سواء كانت أهدافها مفيدة تجارياً أم لا.

أيضاً، يفتقرون إلى المهارة والخبرة اللازمة لمراجعة الاستثمارات المحتملة بدقة كما يفعل الرأسماليون المغامرون. بالإضافة إلى ذلك، تظل معرفتهم محدودة عن مدى ضخامة أو صغر حجم الدعم اللازم تقديمه من أجل تحقيق أقصى قدر من المنفعة. لذا، فإن المال العام إما يُهدر أو يُعطى بدفعات أقل مما ينبغي لكي يساهم في إحداث فارق حقيقي. والأهم من ذلك هو أن الموظفين العموميين مفرطون في التفاؤل. فهم نادراً ما يتوقعون فشل استثماراتهم على الرغم من أن معظم الشركات الحكومية الناشئة تفشل في بداياتها.

من جهة أخرى، تختلف الدوافع التحفيزية الخاصة بالحكومات وبرجال الأعمال. فبالنسبة لرواد الأعمال، فهم يعملون على التركيز على القيمة المضافة ذات المدى البعيد لشركاتهم والتي تستغرق فترات زمنية طويلة لصناعة وتطوير منتجات وعمليات قد تصل لسنوات وربما لعقود من الزمن لتؤتي أكلها. أما بالنسبة إلى السياسيين، فهم نادراً ما يفكرون في مرحلة ما بعد الدورة الانتخابية المقبلة. لذلك، يدعمون الأعمال الريادية المحتملة نجاحها مادياً على أمل تحقيق نجاحات سريعة يمكنهم استعمالها عندما يواجهون الناخبين في الدورة الانتخابية المقبلة. بسبب هذا التباين الثنائي، قد لا يتم الاهتمام والتركيز الدقيق على بنية هذه الشركات ونقاط قوتها ونقاط ضعفها، وإمكانات السوق التي تعمل بداخله، واحتياجاتها الحقيقية، أو الشروط والمعايير اللازم تطبيقها ووضعها لتأطير الدعم الحكومي.

من الممكن أيضاً نهب المال العام والتلاعب بالبرامج الحكومية ما ينجب مرة أخرى قرارات وبرامج استثمارية غير مدروسة ويؤدي لنتائج عكسية. ففي سنة 1776 م، عندما قدمت الحكومة البريطانية دعماً ("مكافأة") لأساطيل الصيد البحري بناءً على حجم السفن المستعملة، انتقد آدم سميث هذا القرار لأن "سفن الصيد أصبحت تُصنع من أجل هدف واحد هو صيد واقتناص المكافآت والدعم، وليس صيد السمك". المثال الآخر هو البنية التشريعية المتعلقة بسياسة ما يسمى "تشريع برميل لحم الخنزير Pork-barrel legislation"، بحيث يُقصدُ بها محاولة المُشرِّع توجيه الإنفاق الحكومي نحو المنطقة القادم منها، وتُعتبر هذه المسألة شائعة ولا تُشجِّع على اتخاذ وتبني

قرارات استثمارية إيجابية. بالإضافة إلى ذلك، يقود هاجس خفض معدل البطالة إلى إيفاق الأموال على مشاريع تُركّز على خلق أكبر عدد من فرص الشغل بدلاً من التعزيز الفعال للشركات. أما بالنسبة إلى المنح والإعانات المخصصة للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، يُستولى عليها من قبل الشركات الأكبر حجماً القادرة على تحمل تكاليف حشد مجموعات الضغط بهدف تمكينها من هذه المنح، والتي تتلاعب بالتقارير للملاءمتها مع المخططات التي تسمح لها بالحصول على الدعم الحكومي. في الواقع، تفقد المحسوبة إلى تفاقم الخلل ما يؤدي إلى فقدان حالة التوازن. فعندما تطلب الحكومة معلومات مضمّنة بهدف تحديد الشركات التي سيشملها الدعم، يُهدّر جزء كبير من الميزانية فقط في تمويل المستشارين بدلاً من تَوْصُل المستفيدين المستهدفين به.

تشمل تساؤلات النقاد الغاية من التمويل الحكومي. لقد شهدت العقود الأخيرة نمواً وتزايداً سريعاً في مجال رأس المال المخاطر الخصوصي. فالمستثمرون على استعداد تام لتحمّل المخاطر الناتجة عن توفير رأس المال للشركات الناشئة سريعة النمو، مقابل حصولهم على عائدات وأرباح مضمّنة، والمتمثلة غالباً في حصة من الشركة (Nanda 2016). ولكن أن توفير رأس المال المتعلق بالمخاطر أضحى ذو بعد عالمي في الآونة الأخيرة، فهل الحكومات قادرة على أن تحدث فرقاً إيجابياً في هذا المجال بدلاً من أن تُشكّل عقبة في طريق نجاح رواد الأعمال؟

تمتلك الشركات الناشئة والمدعومة بأموال من "صناديق رأس المال المخاطر الخاص" أداءً أفضل من غيرها من الشركات. فمن اللافت للنظر أن من أصل ما يقارب ثلثي (63%) الشركات الريادية الناجحة (أي بالقدر الكافي للوصول إلى الطرح الأولي للاكتتاب العام في الولايات المتحدة)، تُمثّل الشركات الممولة من رأس المال المخاطر عدداً ضئيلاً لا يتجاوز 0.1% (Sanandaji and Sanandaji 2014). ويُفسّر هذا بالجهد والوقت المخصص من طرف الرأسماليين المغامرين لتدقيق وفحص معتمقين للشركات التي يستثمرون فيها بحيث ينخرطون في إدارة تلك الشركات ويراقبون أداءها وفعاليتها مراقبة صارمة ومستمرّة. وليس من الغريب أن نجد أن رواد الأعمال الذين لا يتقنون هذا النوع من المهارات كالتدقيق والمراقبة، لا يؤدّون عملهم بشكل جيد. أيضاً،

تعتبر السلطات الحكومية والأجهزة الإدارية غير قادرة على القيام بعمليات المراقبة والتفحص بطريقة مُتقنة.

"هنالك دوماً مهمة بالغة الأهمية يتعين علينا القيام بها. يوجد باب متجر في انتظار الفتح، أو خط ائتمان لِينشأ، أو موظف جديد كفاء يجب العثور عليه، أو أسلوب عمل يجب تعلّمه. ولا بُدُّ أن يكون المستثمر المغامر دائماً على أهبة الاستعداد لتقديم المشورة، والإقناع، والنصائح، والتشجيع، والمساعدة. يُساهم كل هذا في تحويل رأس المال المخاطر إلى رأس مال إبداعي حقيقي، وهو ما من شأنه أن يخلق نمواً للشركة ونجاحاً مالياً للمؤسسة الاستثمارية".

- جورج دوريو Georges Doriot؛ مستثمر في رأس المال المخاطر

توفير البيئة المناسبة والظروف الملائمة

بعد الحديث عن العديد من الجهود الحكومية الرامية إلى تعزيز ريادة الأعمال، حَلَّص ليرنر Lerner إلى أن أهم أمر يجب إدراكه هو أن ريادة الأعمال تحتاج إلى بيئة اقتصادية وسياسية مناسبة لكي تزدهر.

البيئة المناسبة. يعدُّ محور الأمية والتعليم المدرسي من أهم عوامل تعزيز ريادة الأعمال، بحيث يَزوّد التعليم الأفراد بالأفكار والمهارات الأساسية اللازمة للتعامل مع الآخرين، ويُعلّمهم الوسائل الأساسية لإدارة الأعمال التجارية والمالية. بالإضافة إلى ذلك، سيكون من المفيد أيضاً في بعض الحالات توفير قاعدة أكاديمية وعلمية وبخشيّة محلية تعمل على توليد المعرفة والأفكار القادرة على جذب المبتكرين وتأمين المادة الخام التي يستطيع رواد الأعمال تحويلها إلى تطبيقات عملية كما قامت جامعة ستانفورد مع وادي السيليكون.

تُشكّل أسواق الشغل المرنة أيضاً أهمية كبرى (Henrekson 2020). فإذا كانت اللوائح التنظيمية تُصعّب عملية تعيين الموظفين وفصلهم وتجعلها مسألة مكلفة، فإن

أرباب العمل سيختارون بعناية كبيرة وحذر شديد موظفيهم، وسيحاول الموظفون، من همتهم، التمسك بمناصبهم لأطول فترة ممكنة. بالمقابل، فإذا كان بوسع الأشخاص تغيير الوظيفة بسهولة تامة، فمن المرجح أن يجدوا في الأخير الوظيفة التي تناسبهم وتلائم قدراتهم، وسيتمكن رواد الأعمال الناشئين من جذب المواهب التي يحتاجونها. بالإضافة إلى ذلك، تَسْمَح سوق العقارات المرنة بتنقل اليد العاملة بين الوظائف ومناصب الشغل المتاحة، كما ستمكن الشركات الجديدة المغامرة بالتمركز بالمناطق التي تمكنها من الاستفادة من الأفكار والمواهب المتاحة بها.

زيادة على ذلك، تُعزِّز ريادة الأعمال أيضا من خلال وضع معايير عالمية لتحديد إطار للأنشطة الحكومية والتجارية، الأمر الذي سيسهل عملية جذب الاستثمارات من مختلف أنحاء العالم (Lerner 2009). في ظل هذا، من اللازم أن تتوفر الأرضية المناسبة لاستقبال الاستثمارات الدولية دون فرض قيود بيروقراطية من قبيل حصر لأحة الصناعات المسموح للأجانب الاستثمار بها، أو تحديد نسبة الاستثمار المالي الممكن، أو تعقيد المساطر الإدارية (وجميعها إجراءات شائعة للغاية في العديد من البلدان). ولا بُدَّ أيضًا من توفر مؤسسة سيادة القانون لكي يصبح من الممكن إنفاذ العقود عبر عملية قضائية مستقلة، الأمر الذي سيشجع المستثمرين الأجانب على المغامرة برؤوس أموالهم في الشركات الواعدة. أخيرا، يجب أيضا إتاحة أسواق للمنتجات ليتمكن رواد الأعمال من تسويق منتجاتهم في مختلف أنحاء العالم.

البيئة غير الملائمة. من ناحية أخرى، يُعدُّ من السهل خلق بيئة سياسية واقتصادية غير ملائمة لرواد الأعمال. تُعتبر دورات الازدهار والكساد Boom And Bust Cycle مُخَرِّبة. فهي تشجع على التوسع المفرط وغير المُعتَلَن في الأعمال التجارية في سنوات الازدهار، ثم تؤدي فيما بعد إلى خسائر حقيقية قد تؤدي إلى الإفلاس وإلى الاستغناء عن الموظفين عندما يصبح صعبا الاستمرار في تحقيق الأرباح.

عادةً ما تُخلَق مثل هذه الدورات من خلال التوسع المفرط في المعروض النقدي من قبل البنوك المركزية الحكومية والترخيص المصطنع للائتمان بحيث غالبًا ما يجري القيام بهذا عمداً من أجل تحفيز الازدهار. إلا أن مثل هذه التحولات المصطنعة تتبعها دائماً

نتائج مكلفة أشبه بالآثار المترتبة على الإفراط في استهلاك الكحول. لذلك، يبحث رواد الأعمال دائماً عن استقرار اقتصادي على المدى البعيد وذلك بهدف التنبؤ بظروف السوق المستقبلية ومحاولة استخراج أكبر إنتاجية ممكنة من الاستثمار.

تصعب الضرائب، واللوائح التنظيمية، والتراخيص، وشروط التسجيل، المأمورية على رواد الأعمال لإنشاء وتسيير شركات ابتكارية جديدة. وبالمثل، تشكل الضرائب أو اللوائح التنظيمية الحادمة لأجندة بعض الشركات والقطاعات مقارنة بأخرى، تحدياً كبيراً بالنسبة لرواد الأعمال. فغالباً ما تتمكن الشركات الكبيرة مقارنة بالشركات الصغيرة الناشئة، عن طريق جماعات الضغط والمسؤولين الإداريين، من استغلال المحسوبة لجني الأرباح. بالتالي، يصبح من الصعب الاستثمار بشكل عقلائي إذا لم يكن بمقدار المستثمرين التنبؤ بأي نوع من الأعمال التجارية المفضلة من طرف الحكومة المقبلة.

زيادة على ذلك، يتعين على الحكومات الحرص على تجنب السياسات التي تعرقل أي نوع من المساومة المفتوحة بين مختلف الشركات وموردتها من جهة أولى، وبين الشركات والممولين أو الشركات والزبائن من جهة ثانية، وبين أرباب العمل والموظفين من جهة ثالثة. فلقد حاولت البرازيل، على سبيل المثال، دعم صناعة الحواسيب المحلية في ثمانينات القرن العشرين من خلال تقييد الواردات وتضييق الخناق على المشاريع المشتركة مع المصنعين الأجانب، إلا أن هذه السياسة قد جعلت الشركات الوطنية تدفع ضعف السعر العالمي من أجل اقتناء معدات مكتبية عتيقة ما ألحق ضرراً شديداً بالقدرة التنافسية الإجمالية للبرازيل (Brooke 1990).

وعلى نحو مماثل، غالباً ما تلجأ معايير التصنيع وإجراءات التسويق للتقنيات القديمة بدل اعتماد تقنيات جديدة. فمثلاً، تُعتبر المنتجات التبغية الساخنة heat-not-burn nicotine products والسجائر الإلكترونية* أكثر أماناً من السجائر العادية بحيث

* لا بد من التنويه إلى أن هذه المعلومة خاطئة علمياً؛ إذ غالباً ما يعتبر التدخين الإلكتروني -أو يُعلن عنه- على أنه بديل صحي للتدخين التقليدي نظراً إلى غياب الاحتراق والأدخنة مع وجود عدد واسع من النكهات؛ لكن أظهرت الدراسات أن هذه المنكهات الكيميائية الخالية من النيكوتين تسبب التهابات وتلفاً في الأنسجة والخلايا المناعية وغير ذلك من الآثار المدمرة

تُستعمل لمساعدة المدخنين على الإقلاع عن التدخين. لكن، ورغم هذه الامتيازات، تُفرض عليها نفس القيود المفروضة على تدخين سبجائر التبغ العادية.

قد تُخلُّ الحكومات بتوازن بنية السوق، ومعها زيادة الأعمال، نتيجة عدم استيعابها لماهيتها. ففي الاقتصادات عالية التخصص اليوم، تُعدّ مثلاً إدارة استخدام الموارد عملية حسابية صعبة للغاية لتستلزم التعامل مع عدد لا حصر له من الموارد مع تحديد أي منها يمكن استعمالها بغية زيادة القيمة إلى أقصى حد ممكن مع خفض للتكاليف في نفس الوقت. ولا يمكن حل هذه العملية إلا عندما تتحرر الأسعار بهدف السماح لروّاد الأعمال بتحديد الموارد وطرح المخرجات ذات القيمة العالية، ثم توجيه الإنتاج نحو ذلك الإطار. أما بالنسبة إلى التدخلات السياسية التي تعمل على تحديد سقف للأسعار (وهو الأمر الحاضر بقوة في أسواق المنتجات الأساسية مثل المواد الغذائية والمرافق العمومية) أو تحديد حدّ أدنى للأجور (وهو الأمر السائد في جميع بلدان العالم)، فهي تُخلّف تأثيراً سلبياً يمثّل في تقديم معلومات خاطئة عن أسعار السوق ما يُحدّ من قدرة روّاد الأعمال على تحديد الفوائض أو النقص وإعادة توجيه الإنتاج وفقاً لذلك. في الواقع، تتولد غالبية الآثار السلبية والجانبية من السياسات ذات الأهداف النبيلة التي غالباً ما يسهل استغلالها من قبل جماعات ذات المصلحة، بما في ذلك الصناعات القائمة العتيقة. ولكن الفوائد التي تُولّدّها هذه العملية على المدى القصير لا تضاهي تلك التي يمكن جنيها على المدى الطويل عن طريق تبني اقتصاد ريادي مزدهر.

ينقل رائد الأعمال الموارد الاقتصادية من قطاع ذات إنتاجية منخفضة إلى قطاع ذات

إنتاجية مرتفعة وعائدات كبيرة.

- جان بابتست ساي؛ أطروحة على الاقتصاد السياسي

تشجيع التخطيط المبني على الأهداف Objective-led encouragement

يُحسبُ بعض الاقتصاديين أن السلطات الحكومية ما زالت تضطلع بدور مهم متمثل في تشجيع الابتكار وريادة الأعمال. فبدلاً من التركيز على دعم أعمال تجارية أو تقنيات معينة، ينبغي على الحكومة تحديد الأهداف الرامية لخدمة للمجتمع، وتشجيع المبتكرين على تطوير طرائقهم الخاصة لتحقيق هذه الأهداف. قد تشمل هذه الأخيرة برامج استكشاف الفضاء، أو تطوير تقنيات الذكاء الصناعي، أو تكنولوجيا الطاقة النظيفة، أو تحسين جودة خدمات الرعاية الصحية، أو الرفع من جودة الأغذية وتعديل طرق توزيعها، أو إعادة النظر في كيفية إعمار المدن، أو تنقية المحيطات، وأشياء أخرى. تُعتبر الأطراف المؤيدة لهذا الطرح السياسي أن هذا الشكّل المسمى "التسيير وفقاً للأهداف" يعمل جيداً في عالم الأعمال ويُشجع التفكير الابتكاري لحل مشكلات الإدارة أو الإنتاج المستعصية (Medeiros 2019).

قد تبدو هذه الطريقة استثنائية لتشجيع الابتكار وريادة الأعمال. فهي تتفادى بعض العراقيل والمعوقات بتركيزها على الأهداف قصيرة المدى، وتتجنب تعقيدات الإجراءات الإدارية والبيروقراطية التنظيمية، بالإضافة إلى تحاشيا للسياسات غير المرنة والعمودية ذات الأهداف صعبة التحقق والتي تُركّز على الأهداف السياسية بدلاً من الأهداف التجارية. ورغم كل هذه التعديلات والتحسينات، لا تزال هناك بعض المشكلات قائمة. وعليه، يرتبط السؤال بهوية الشخص المسؤول عن تحديد طبيعة هذه الأهداف الاجتماعية؟ من بين إيجابيات اقتصاد السوق أن للأفراد الحرية الكاملة في تحديد أهدافهم الخاصة، فهم ليسوا بحاجة إلى الساسة والمسؤولين للقيام بذلك نيابة عنهم. يتبع رواد الأعمال اختيارات عامة الأفراد. وفي ظل اقتصاد حر ومنفتح، يؤدون هذه المهمة بكفاءة عالية. قد تكون العديد من الأهداف المقترحة مثل استكشاف الفضاء مهمة ومثيرة. ولكن غياب التحليل المفصل للفرق بين التكاليف والعوائد، سيصعب عملية تحديد مدة استحقاقية هدف ما لكل هذه الموارد على مستوى الجهد والمال والطاقة؟ قد تنتج فوائد تجارية ثانوية كما كان عليه الحال في سباق الستينيات للعودة للقمر، بيد أننا لا يمكننا أن نلمس أثر هذه الآثار الإيجابية (وحتى وإن كان ذلك ممكناً، من

الصعب تحديد ما إذا كانت تستحق الفوائد الثانوية تخصيص كل هذه التكلفة الباهظة).

ربما قد يوجد تفسير لفهم الغاية من سعي الحكومات الكبير إلى تشجيع الابتكار. إلا أن إستراتيجية تشجيع التخطيط المبني على الأهداف هذه مختلفة تمامًا على الأقل عن المحاولات السابقة وغير الناجحة "لاختيار الفائزين" بين مختلف التكنولوجيات أو القطاعات أو حتى شركات بعينها. غير أنه في الحالتين، تطلُّ الحكومة المسطرَّ الأول للأهداف التي يجب أن تركز عليها الأعمال الريادية، والمحدِّد الأول للموارد المستعملة في هذه العملية. وتقوم السلطات الحكومية بهذه المهمة مكان المستهلك أو الزبون. والحقيقة هي أن هذه الأهداف الكبرى المسطرة ليست أهدافًا اقتصادية، وربما ليست حتى أهدافًا ذات آثار إيجابية وقابلة للتطبيق، بل هي مجرد لأحة رغبات مجهولة التكلفة وضعها المثقفون والسياسيون الذين قد تختلف طموحاتهم واختياراتهم إلى حد كبير عن طموحات الأفراد العاديين الذين يعيشون تحت ظروف وضغوط متباينة. بالتالي، لماذا يجب أن تحدد رغبات فئة وقلّة نخوية أحلام وأهداف العامة؟

كما هو الحال بالنسبة لمسألة "اختيار الفائزين"، من المرجح أن تُحدِّد هذه الأهداف استنادًا على تركيز واهتمام المجتمع حول بعض القضايا الاجتماعية والسياسية المعينة، وليس استنادًا على مدى خدمتها لاحتياجات الأفراد وتلبيةها لأغراضهم. فأخذًا بعين الاعتبار الواقع السياسي، سئختأز هذه المشاريع الضخمة والمكلفة مكان تلك الصغيرة والهادفة رغم أن هذه الأخيرة في الواقع قادرة على خلق قيمة أكبر. فإذا كانت تهدف الحكومات فعلاً إلى تركيز إبداع رواد الأعمال في خلق منفعة عامة، يجب عليها تبييض وتوفير الظروف المناسبة لريادة الأعمال تاركة القطاع بعيدا عن حقل تدخلاتها.

الدروس المستخلصة من التجربة

يُحلِّص جوش ليرنر Josh Lerner إلى أن التدخلات الحكومية المتكررة تقتل جميع المحاولات الهادفة إلى تعزيز ريادة الأعمال. كما يرى أنه يتعين على البلدان تجنب نسخ

تجارب بعضهم البعض مثل مطابقة المنح والإعانات الضريبية للشركات، لأن هذه السياسات تكون في مجملها خاطئة. بالإضافة إلى ذلك، السياسات الناجحة في بلدان معينة ليس من الضروري أن تنجح في بلدان أخرى، وذلك لاختلاف المعطيات كالتاريخ والجغرافيا والسائكة والثقافة والأسواق.

يُمثّل التركيز المحلي مشكلة شائعة أخرى. يَتَعَيَّن على الحكومات إدراك أن سوق رأس المال المخاطر سوق دولية وجب تفادي اعتباره سوق وطنية والحد من توجيه المال العام نحوه. يجب على الحكومات أن تدرك أيضا أن استراتيجية اللجوء للخبراء الاستشاريين وللوسطاء الماليين مكلفة ماديا وغير فعالة. فغالبية المال العام يُنْفَق على المستشارين بدلاً من رُوَاد الأعمال المقترض أن مساعدتهم.

في هذا الصدد، يعتبر ليزنر أن الإعفاءات الضريبية والإعانات المالية للمستثمرين هي من الأخطاء الشائعة التي تقوم بها الحكومات، بحيث أن فائدتها محدودة نظراً إلى التغير المستمر لحظوظ السياسيين المستقبلية. وبمجرد انتهاء هذه الحوافز والمتمثلة في الانتخابات، يبحث المستثمرون ورُوَاد الأعمال ببساطة عن مواقع ومصادر أخرى تقدّم امتيازات مماثلة.

تُنتِج الحوافز والإعفاءات الضريبية الكبيرة آثارا جانبية ملحوظة. فهي تشجع على التوسع المفرط والاعتماد على تقنيات الإنتاج المكلفة بدلاً من التركيز على الحاجيات الفعلية للزبائن. ومن بين الأمثلة على ذلك، مبلغ الـ 120 مليون دولار الذي عرضته الحكومة البريطانية على شركة ديلورين موتور DeLorean Motor Company في السبعينيات (أكثر من نصف تكاليف بدء تشغيلها) لعرض نموذجها الشهير "جناح النورس" في إيرلندا الشمالية حيث معدلات البطالة جد مرتفعة. ولكن الإشكال المطروح في هذه المسألة تَمَثَّل في انعدام الطلب على المنتج ما أدى إلى فشل مشروع الشركة وتسريح العمال وتبذير أموال دافعي الضرائب.

بالرجوع إلى بداية هذا القسم، نجد أن هنالك ميزة أخرى مثيرة للاهتمام في هذه الحالة وهي أن حكومة المملكة المتحدة شعرت أنه يتعين عليها تقديم تحفيزات أكبر من تلك الموجهة لديلورين DeLoreans من طرف الحكومة الإيرلندية. وإن محاولة مطابقة أو

التفوق على التحفيزات التي تقدمها الحكومات الأخرى تشكل طريقة أخرى لإهدار المال العام دون تحقيق أي منفعة شاملة.

9 - بيئة ريادة الأعمال

إذًا، ما الذي يمكن القيام به مع ضمان التحلي بروح الإيجابية من أجل تعزيز ريادة الأعمال وتعميم فوائدها على الحياة المجتمعية والاقتصادية؟ في الحقيقة، تكمن الإجابة في تحليل بنية مؤسسات بعض البلدان التي تُعتَبَر عمومًا بلدان ريادة وتحديد العبر التي يمكن استخلاصها منها.

أي تفسير لتفوق الولايات المتحدة على مستوى الأعمال الريادية؟

تُعدّ الولايات المتحدة بلدًا يتّسم بروح ريادة عالية على جميع المستويات. فأبي خلاصات وتوضيحات تقدمها التجربة المؤسساتية الأمريكية لتفسير هذا التفوق النوعي؟

التعليم؟ هل تمثل قوة التعليم والبحث العلمي أهمية من ناحية تشجيع الابتكار وريادة الأعمال؟ تتوفر الولايات المتحدة على أفضل الجامعات والمؤسسات البحثية على مستوى العالم، إلا أنه عندما ننظر إلى البلدان الأخرى، لا نجد هناك أي صلة واضحة بين ريادة الأعمال والإنفاق على البحث العلمي.

حجم السوق؟ هل يُعدّ حجم السوق المحلية عاملاً مهماً؟ تساعد مسألة وجود سوق محلية كبيرة رواد الأعمال على كسب الزبائن والتوسع أكثر. من المؤكد أن الولايات المتحدة دولة شاسعة يتجاوز عدد سكانها 325 مليون نسمة. غير أنه لا توجد أي صلة واضحة بين حجم السوق المحلية ومعدل ريادة الأعمال. فالاتحاد الأوروبي مثلاً يَضُمُّ بنية ديمغرافية تتجاوز 445 مليون نسمة ويتّسم بضمان حرية تنقل المنتجات بين البلدان الأعضاء (والأفراد أيضاً). ولكن ومع ذلك، على مستوى بعض المقاييس، نجد أن الولايات المتحدة تُعتبر ريادة مقارنة بالاتحاد الأوروبي.

عوامل أخرى؟ ومع ذلك، هناك عوامل أخرى قد تبدو ذات أهمية وأثر كبيرين، كالقدرة على الوصول إلى رأس المال، وحرية الابتكار، والشغل، والثقافة، والضرائب،

والتنظيم، وجودة الإدارة، والنظام القانوني، وغيرها من المؤسسات. لذا، يجب تفصيل هذه العوامل واحدة بواحدة لفهم تأثيرها.

الثروة والحرية والثقافة

الثروة ورأس المال. تُعدّ الولايات المتحدة دولةً غنيّةً تتوفر على نظام تعليمي جيد ونظام رعاية اجتماعية شاملة. وعلى ضوء ذلك، يَصْبِطُ غالبية الأمريكيون الأسس التعليمية اللازمة لإنشاء نشاط تجاري والوصول إلى رأس المال اللازم سواء من المدخرات المتوفرة، أو من الأصدقاء والعائلة. تُعتبر إمكانية الوصول إلى رأس المال من العوامل المفسرة لريادية البلدان الغنية (على الرغم من أنه يمكن أن يكون الأمر مختلفاً، أي أن البلدان الأفضل في قطاع ريادة الأعمال تميل إلى توليد مزيدٍ من الثروة).

الحرية. تتميز الولايات المتحدة ببنية قانونية تضمن احترام حريات الأفراد مقارنة بأغلب بلدان العالم الأخرى. فهل يقوم هذا العامل تأدية دور مساعد لرؤاد الأعمال لمنحهم القدرة والحرية على إنتاج منتجات جديدة واتباع طرائق مغايرة لممارسة الأعمال التجارية؟ تشير الإحصاءات إلى أن الحرية وريادة الأعمال يسيران جنباً إلى جنب بالتأكد. فالبلدان التي تنصدر مؤشر الحرية الاقتصادية العالمي لمعهد فريزر، تنصدر أيضاً مقاييس ريادة الأعمال (Kreft and Sobel 2005). بالإضافة إلى ذلك، هناك ارتباط قوي (0.87) بين درجات مؤشر الحرية الاقتصادية الصادر عن مؤسسة التراث Heritage Foundation لسنة 2019، وديناميكية ريادة الأعمال حسب مؤشر الازدهار العالمي لمعهد ليجاتوم عمود بيئة الأعمال Legatum Institute Prosperity Index Business Environment Pillar (Kim 2020). من جهة أخرى، توجد علاقة قوية أيضاً (0.77) بين النتيجة الإجمالية للدول في مؤشر الحرية الاقتصادية، ودرجاتها في مؤشر الابتكار العالمي المقدم من طرف جامعة كورنيل Cornell University التابع لمعهد إنسياد INSEAD للدراسات العليا والمنظمة

العالمية للملكية الفكرية World Intellectual Property Organization (المرجع نفسه).

"المجتمعات الأكثر ابتكارًا هي المجتمعات التي تتمتع بأكبر قدر من الحرية لتبادل الأفكار بين مواطنيها. إن الحرية، وليس الدولة التوجيهية، هي التي جعلت كل من بريطانيا في العصر الفيكتوري وكاليفورنيا الحديثة مراكزًا للابتكار. وقد كانت الدولة التدخلية السبب في منع روسيا في عهد ستالين، والصين في عهد ماو، وزيمبابوي في عهد موغابي وغيرهم من أن يصبحوا مراكز ابتكارية ماثلة".
- مات ريدلي؛ freemarketconservatives.org

بعبارة أخرى، لا تنحصر الأهمية الكاملة في الثروة، بل تلعب الحرية دورًا محوريًا أيضًا. هنالك ما يقارب خمسة وثلاثين دولة تُعدُّ ثرية مقارنةً بإستونيا مثلاً، ولكن هذه الأخيرة تُسجّل درجات عالية في مقاييس الحرية وريادة الأعمال معًا.

تكمن أسباب وتفسيرات وجيهة وراء هذا. فوفقًا لمات ريدلي (Matt 2020 Ridley)، نادرًا ما يكون للدولة الفضل في إطلاق شرارة الابتكار. يقول في هذا الصدد: "في كثير من الأحيان، تنشأ الاختراعات والاكتشافات بالصدفة نتيجة عملية تبادل الأفكار. تُدفع وتُسحب وتُشكّل وتُحوّل وتُحيا على يد أفراد وشركات وأسواق، وفي قليل من الحالات، على يد موظفين حكوميين". إن الابتكار عمليةً تطوريةً تعمل بشكل جيد في حالة ما كان للأفراد كامل الحرية في البحث عن سبل جديدة وأفضل لإنجاز الأمور.

الانفتاح الثقافي. يُعتبر الانفتاح الثقافي عاملاً مهماً في تعزيز ريادة الأعمال، بحيث تُعدّ الولايات المتحدة، مثلاً، مكانًا يُرحّبُ برواد الأعمال على اختلاف انتماءاتهم. في هذا الإطار، تُعتبرُ ديردري ماكوسكي Deirdre McCloskey أن المواقف الإيجابية تجاه الأعمال التجارية تعود بالنفع على ريادة الأعمال، بحيث ترى أن "القيم البرجوازية" تُعدُّ

أهم تفسير للتوسع التجاري في إنجلترا قبل وخلال الثورة الصناعية وأن نفس القيم لا تزال حاضرة اليوم في الولايات المتحدة (McCloskey 2007). وباعتبارها جزءاً من الثقافة الأمريكية، يُنظر إلى التحسين والجهد الذاتي بطريقة إيجابية، بحيث أن المواطنين الأمريكيين لا يجذبون الاعتماد على الدعم والإعانات الحكومية مقارنة بغالبية الأفراد في عديد من البلدان الأخرى.

بالإضافة إلى ذلك، لا تُمنس سمعة رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الكبرى، كما هو الحال في البلدان الاشتراكية، بل يضحون موضع إعجاب. إضافة إلى أن إخفاقات فرد ما في الماضي لا تمنعه من تكرار المحاولة مرة أخرى وبشكل جدي أكثر.

الابتكار دون تراخيص

يبدو أن بعض الأنظمة القانونية تعمل بشكل أفضل بكثير في تشجيع ريادة الأعمال مقارنة بغيرها. على سبيل المثال، تعرف ريادة الأعمال حضوراً قانونياً أكبر مرتين في التقاليد القانونية الإنجليزية مقارنة بالتقاليد القانونية الألمانية. والأمر الملفت للنظر هو هيمنتها أكثر بثلاث مرات في التقاليد الإنجليزية مقارنة بالتقاليد الإسكندنافية، وخمس مرات أكثر مقارنة مع التقاليد الفرنسية (Sanandaji and Sanandaji 2014).

تباين البنيات القانونية. يمثّل التفسير المحتمل لهذه التباينات بين البنيتين القانونيتين في أن التقليد القانوني الإنجليزي يبني على القانون العام Common Law، وهو نظام قانوني تصاعدي، أي "من أسفل إلى أعلى Bottom-up". في التقليد الإنجليزي، تُترك سلطة اتخاذ القرار للسلطات القضائية وتُسحب من السلطات السياسية وذلك لأن هذه الأخيرة لا تلتزم الحياد في أخذها للقرارات. بالإضافة إلى ذلك، تُمنح للأفراد الحرية الكاملة للقيام بالأنشطة دون قيود شريطة عدم المس بجرية باقي الأفراد ما يشجعهم على الابتكار والإبداع رغم وجود بعض المبادئ القانونية العامة التأسيسية. ولا تتدخل السلطات القضائية إلا في حالة نشوء نزاعات بين الساكنة حول مثلاً تقديم

شكاية عن الرائحة الكريهة للقمامة والازدحام الناجم عن عربات الطعام المنتشرة في الشوارع.

وهناك نوع آخر من التقاليد القانونية المستمدة من القانون الروماني أو القانون النابليوني، وهي أنظمة قانونية ذات طبيعة تنازلية، أي "من الأعلى إلى الأسفل-Top-down"، بحيث لا يُسمح بالقيام بأي نشاط دون الحصول على تراخيص من السلطات الحكومية. فعلى سبيل المثال، لا تُشكّل الفيتامينات التكميلية خطراً على أي شخص، ولكن النظم القانونية تُلزِم المنتجين والتجار الحصول على تراخيص محددة من السلطات لتوريدها. وفي حالة لم تتوفر قواعد تأطيرية، وجب صياغتها. من الواضح جداً أن البيروقراطية المعقدة تُؤثّر سلباً على المبتكرين. فمن الصعب على الشركات الجديدة إمضاء كثير من الوقت في دراسة القوانين المؤطرة لمجال عملها بدلاً من التأكد من أن أنشطتها تلي بعض المبادئ القانونية العامة.

انتشار البيروقراطية. تُنتج هذه الأنظمة القانونية في الواقع بنية تعقيدات تنظيمية كثيرة ودقيقة بشكل سلبي. ففي الواقع، لا حاجة للمشرع في تبسيط المساطر الإدارية وتسهيل العمليات التنظيمية، لأن ذلك قد يهدد وجودية وظائفهم. على العكس من ذلك، فمن خلال تعميق البيروقراطية وتعقيدها، يحمي صناع القرار وظائفهم عن طريق إظهار قدراتهم واجتهادهم وقيمتهم في صياغة القوانين. تُجبر القوانين التنظيمية العديدة التي تولدها هذه الأنظمة القانونية المبتكرين على مجابهة جيش من المنظمين لأجل بدء نشاط تجاري، ناهيك عن تعقيدات إدارة وتسيير هذا النشاط. وتماً كما تعمل الحكومة الاستبدادية على توليد المحسوبية والفساد، تعمل هذه الأنظمة القانونية التقييدية على زيادة عدد المسؤولين ومضاعفة اللوائح التنظيمية.

من جهة أخرى، تتبنّى العديد من الدول "المبدأ الوقائي Precautionary principle" المبني على الاحتياط بدل المخاطرة. ففي كثير من الأحيان، تُستجيب الحكومات لجماعات الضغط القلقة إزاء تأثير الانبعاثات على المناخ أو الأخطار المحتملة المترتبة على المواد الغذائية المعدلة وراثياً، بوضع "قيود مسبقة" على الابتكارات ما

يُجبر رواد الأعمال على إثبات سلامة وملائمة ابتكاراتهم، ما قد يُحدِّد من قدراتهم على الابتكار والمجازفة.

أجندات النمو. من جهة أخرى، يُشجِّع النظام القانوني الأكثر انفتاحًا الذي تتمتع به دول القانون العام على الابتكار والمخاطرة. لهذا، ليس من الغريب أن تنصدر هذه البلدان عمومًا تصنيف حرية وسهولة ممارسة الأعمال، بالإضافة إلى تصنيف زيادة الأعمال والابتكار.

لهذا، ينبغي لأيّ برنامج سياساتي يهدف إلى تشجيع الابتكار الاستناد على التقليد القانوني التصاعدي من خلال جعل "الابتكار غير المرخص permissionless innovation" (كما يسميه الاقتصادي الأمريكي المعاصر آدم تيرير Adam Thierer) خيارًا مبدئيًا. يجب أن يقوم هذا البرنامج على إزالة الحواجز التي تُعقِّد عملية الدخول إلى السوق وتشجيع المنافسة. كذلك، يجب أن يهدف إلى الدفاع عن حرية التعبير والعمل الحر، وأن يعتمد على القانون العام القائم على المبادئ بدلًا من التنظيمات المؤطرة وكثرة التصريحات والتراخيص. أخيرًا، ينبغي ألا تُفرض أي قيود على العمل إلا على أساس التكاليف والفوائد الموضوعية (Thierer 2014).

أهمية الضرائب

تظل إمكانية زرع غالبية القيم الثقافية والأخلاقية والقانونية المذكورة أعلاه صعبة في بلدان أخرى، على الرغم من أن النمو السريع للأعمال الريادية في البلدان المنفصلة عن المعسكر الاشتراكي يعطي بعض الانطباعات الإيجابية. مع ذلك، رغم صعوبة نقل هذه البنيات الأخلاقية، تُعتبر البنية الاقتصادية والمتمثلة في النظام الضريبي والتنظيمي الأمريكي سهل التطبيق في بلدان أخرى. فقد اتَّضح أن السياسة الضريبية مهمة جدًا لريادة الأعمال، إذ إن معدلات الضرائب المنخفضة وحدها قادرة على تفسير ارتفاع معدل ريادة الأعمال في الولايات المتحدة.

ونظرًا إلى أن الاقتصاد السائد يتجاهل إلى حد كبير ريادة الأعمال أو يسيء فهم ماهيتها، فإن السياسات الضريبية السائدة المنبثقة عن مثل هذه الرؤى تُسيء معالجة ملف ريادة الأعمال. فهم يتجاهلون، في أحسن الأحوال، ميزات ريادة الأعمال واحتياجاتها الفريدة. وفي أسوأ الأحوال، يسعون إلى تعطيل نجاحها.

الدور الحساس للضرائب. تعتبر الكتب التعليمية الشركات على أنها أمر مسلم به ودائم الوجود، وتتجاهل في كثير من الأحيان كيفية وماهية نشأة الشركات، وطرق نموها وتطورها، وأسباب إفلاسها، ونوعية احتياجاتها على طول المراحل المختلفة من دورة حياتها. تُشبه "الشركة" المصوّرة في الكتب التعليمية شركة مرافق راسخنة وقائمة منذ زمن طويل. فهي تستثمر رأس المال المنتج للأرباح المضمونة مستقبليًا. وإذا كان الأمر كذلك، تُعتبر المعدلات الضريبية بدون أهمية. تستثمر الشركة التي تصورها لنا الكتب التعليمية في العمل بغض النظر عن الضغوطات التي تحيط بها، كالزيادات الضريبية المفروضة والمترجمة في شكل أسعار باهظة أو أجور مندية.

في الواقع، تُختلف الشركات الحقيقية اختلافًا كاملاً عن هذا التصور، خاصة الشركات الريادية التي تشتغل في عالم يسوده الغموض ويضعّب التنبؤ فيه بعوائد الاستثمار. تؤثر العديد من العوامل على هذا الأمر، مثل المنافسة الجديدة، وتغيّر طلبات المستهلكين، ونقص العرض، ووقوع بعض الأخطاء الإدارية. من الممكن أن تُحوّل كل هذه العوامل الأرباح المستقبلية المحتملة إلى خسائر حقيقية. ولهذه الأسباب، تُعتبر الضرائب عاملاً حاسماً يربك حسابات رواد الأعمال. تزيد كل هذه الضرائب المفروضة على الشركات، وعلى رؤوس أموالها، وإمداداتها، ومنتجاتها، وعملها أو زبائنها، من خطر تكبّد الخسائر والسقوط في الفشل. يحتاج رواد الأعمال المحتملون إلى الانتقائية لمشاريِعهم، وذلك لحاجتهم لتحقيق إيرادات بهدف ضمان تحقيق عائدات صافية مريحة بعد خصم الضرائب المفروضة عليهم. ولكن الإيرادات والعوائد ليست مضمونة دائماً. وبالتالي، سيقلّ عدد رواد الأعمال المحتملين الذين سيختارون إكمال أنشطتهم، وسيقرون في الأخير عدم المغامرة في الابتكارات شديدة الخطورة (Block 2016).

يُدرِّج رَوَاد الأعمال الضرائب في لائحة المشكلات التي يواجهونها. ويُعتَبَرُونَ أكثر حساسية تجاه المعدلات الضريبية مقارنة بالشركات الكبيرة. في هذا الصدد، تُشيرُ تقديرات مؤسسة الضرائب Tax Foundation إلى أن كل زيادة بنسبة 1% في الضريبة على الشركات الأمريكية تُؤدِّي إلى انخفاض بنسبة 3.7% في عدد الشركات الجديدة المسجلة، بينما يُؤدِّي خفضُ معدلات ضريبة الدخل بنسبة 10% إلى زيادة بنسبة 12% في مناصب الشغل (Watson and Kaeding 2019).

تُحاولُ بعض البلدان استبدال الدور الحساس للضرائب، من خلال فرض ضرائب أعلى على رأس المال مقارنة بتلك المفروضة على اليد العاملة لتشجيع نمو الشركات الصغيرة. وتُمكنُ هذه الخطوة من فرض الضرائب بصورة أكبر على الشركات الكبيرة ذات رأس المال الكبير (Henrekson and Sanandaji 2008). في الحقيقة، يتعلَّقُ الإشكال المطروح بالعبء الإضافي المفروض على الشركات الكبرى والذي يمكن أن يَصْرَّ بعملية الابتكار داخلها، ويمكن أن يُلحق الضرر بالشركات الصغيرة أيضًا. لا يمكن القيام بعملية تقسيم دقيق لأرباح الشركات الصغيرة والفصل بين دخلهم الخاص من جهة، ورأس المال من جهة أخرى. فغالبًا ما يُعتَبَر دخل أصحاب المشاريع الناشئة هو رأس مالهم أيضًا، بحيث يستخدمون دخلهم الخاص في إعادة الاستثمار في أعمالهم التجارية. بالتالي، قد تزيِّد الضريبة من العبء الثقيل على الشركات بنوعها بدل تحقيق الغرض الذي ترغب في الترويج إليه.

الضرائب الاستثنائية windfall taxes. تنطبقُ هذه المسألة على الضرائب "الاستثنائية" أيضًا. ترى النظرية الاقتصادية السائدة أن الأرباح الناتجة عن الحظ الجيد، لن يؤثر على سلوك الشركات في حالة ما فرضت عليها الضرائب. فعلى سبيل المثال، بعدما ارتفع سعر النفط الخام في سنة 2007 و2008 منتقلا من 60 دولارًا إلى 140 دولارًا للبرميل (ويرجع ذلك بالأساس إلى الاضطرابات السياسية في الشرق الأوسط)، حقَّقت شركات النفط في بحر الشمال في المملكة المتحدة "أرباحًا كبيرة" على المدى القصير، ما دفع الحكومة البريطانية إلى التفكير في فرض ضرائب عليها. وعلى الرغم من أن السعر سرعان ما انخفض ما سارع في التخلي عن هذه

السياسة، إلا أن مسؤولي وزارة الخزانة في المملكة المتحدة اعتبروا أن الضريبة ستكون محايدة في تأثيرها وذلك بحجة فرضهم للضرائب على الحظ فقط، وليس على الشركة.

غير أنه في الواقع، لا يمكن اعتبار أن الضرائب الاستثنائية محايدة. فإذا كان رواد الأعمال محظوظين لفترة معينة، فلا يعني ذلك أنهم سيظلون كذلك دائماً. إذا اعتبر رواد الأعمال أن نتائج حظهم السيء قد تفقدتهم مكاسب الحظ الجيد، فإن هذا قد يزيد من درجة المخاطرة (وبما أن الضرائب الاستثنائية تُفرض بطريقة عشوائية، فإن نسبة عدم اليقين ترتفع). بالتالي، قد يدفعهم هذا الأمر إلى التراجع عن أنشطتهم الريادية. فعلى سبيل المثال، قد يصبحون أكثر ترددًا في تطوير نوع بديل من الوقود على أمل الاستفادة من أي اضطراب سياسي في المستقبل قد يتسبب في إيقاف إمدادات النفط. وقد يجرم هذا التهديد الناس من تنوع الخيارات المطروحة في السوق وقد يهدد أمنهم الطاقى. فضلاً عن ذلك، لا يتولد الحظ السعيد دون مقابل. فمشكلة الإمداد التي تحدث في مكان ما، تعني أن سد الخصاص في الإنتاج لا بُدَّ وأن يتم في مكان آخر، الشيء الذي يستلزم تحويل شبكات التوزيع وفقاً لذلك. تتجاهل الضرائب الاستثنائية هذه التكاليف الإضافية وتدفع رواد الأعمال إلى البحث عن سبل الاستجابة لها والتي غالباً ما تُترجم في زيادة في الأسعار ما يعني أن المستهلك هو الطرف المتضرر في الأخير. علاوة على ذلك، تُصيب تداعيات الإحباط الناتج عن الضرائب الاستثنائية الشركات الصغرى مقارنة بنظيرتها الكبرى.

قد تكون الشركات الناشئة الريادية على دراية جيدة بالفرص المتاحة، لكن رأس المال والسيولة المتاحة تقلُّ بكثير عن الشركات الكبيرة. فإذا كانت هذه الأخيرة قادرة على استيعاب الفواتير الضريبية الفجائية عن طريق بيع الأصول أو الاستعانة بالاحتياطيات التي تتوفر عليها، فالشركات الأصغر حجماً لا تُقدِر على ذلك لعدم توفرها على أصول لطرحتها للبيع أو أموال احتياطية للاستعانة بها. فمصادر رأس المال والنقد المستعمل تأتي من المدخرات الخاصة برائد الأعمال والتي تُستثمر مباشرة في نشاطاته التجارية. فمن الصعب على الشركات الجديدة أو الصغيرة توفير التمويل الكافي من البنوك أو

المساهمين من أجل تسديد الفواتير الفجائية، ومن الصعب تحويل الأنشطة نحو خطوط إنتاج أقل عرضة للضرائب الفجائية كما تفعل الشركات الكبرى. فقد لا تتوفر لهم خطوط أخرى للتوسع أو قد لا يرغبون في القيام بأي نشاط آخر بديل.

ضرائب على خيارات الأسهم. كما رأينا أعلاه، يُؤدّي رأس المال الاستثماري المخاطر دورًا مهمًا في تحويل الأفكار والمشاريع الناشئة إلى أعمال قابلة للتطبيق على المدى الطويل. تعرّف أوروبا تراجعًا في نشاط رأس المال الاستثماري المخاطر مقارنة بالولايات المتحدة الأمريكية. ونتيجة لهذا، يُفهم تراجعها على مستوى نسبة الشركات الناشئة والأعمال التجارية المتنامية، على الرغم من قوة الأسواق المالية الأوروبية. ولعلّ العاملة الضريبية المختلفة لخيارات شراء العاملين لأسهم الشركة تُعدّ أحد الأسباب المُفسّرة لذلك (Henrekson and Sanandaji 2018).

تُعتبر نسبة خطر الفشل في الشركات الابتكارية الجديدة مرتفعة. ومن أجل إدارة هذه المخاطر، غالبًا ما يُعوّض مقدمو رأس المال الاستثماري المخاطر كل من المؤسسين والعمال الرئيسيين بخيارات امتلاك الأسهم بدلًا من المقابل النقدي وحده. إذا كانت المعدلات الضريبية على خيارات الأسهم منخفضة، فإن هذا من شأنه جذب الاستثمار في الشركات الريادية كما تُجذب رؤوس الأموال والمواهب إلى هذه القطاعات ما يساهم في تعزيز الابتكار.

تُعتبر الضريبة منخفضة في الولايات المتحدة لأن الدخل الناتج عن خيارات أسهم الموظفين يُصنّف على أنه مكسب رأسمالي. بالإضافة إلى ذلك، تُتاح إمكانية تأجيل استخلاص الأرباح وتأجيل تأدية الضريبة إلى أن تباع الأسهم. ونتيجة لهذا، تتمتع الولايات المتحدة بنشاط أكبر في مجال رأس المال الاستثماري المخاطر مقارنة بأوروبا، والذي من شأنه أن يزيد من احتمالات نجاح الشركات الابتكارية في تحقيق نمو مرتفع، ما سيسمح بتعميم الفوائد الناتجة عن نمو المشاريع الريادية على الاقتصاد كله. ومع ذلك، ونظرًا لأن قطاع ريادة الأعمال صغير نسبيًا، يُمكن تحقيق هذه الفوائد الكبيرة والعامّة بالتنازل عن الضرائب المفروضة.

المشكلات الضريبية الأخرى. أخذا بعين الاعتبار النظرية الاقتصادية السائدة المتجاهلة للأعمال الريادية ولحاجياتها الخاصة، عادةً ما يصُغ مصممو السياسات الاقتصادية الضرائب الفردية والضرائب على الشركات في مستويات لا تشجّع على المخاطرة في الأعمال الريادية. ثم إن الضرائب المرتفعة (وغير المتوقعة) تزيد كثيراً من المخاطر التي يواجهها رُوّاد الأعمال وتقلّل من قدرة الشركات الجديدة التي تعاني ضائقةً ماليةً على تحمل تكلفة استقطاب موظفين أكفاء واقتناء المعدّات اللازمة. أيضاً، فهي تزيد من صعوبة وصول الشركات الناشئة الجديدة إلى رؤوس الأموال. بسبب المخاطر التي ينطوي عليها الأمر، يُعدّ توفير رأس المال المُخاطر أمراً حساساً للغاية بالنسبة إلى العوائد الاستثمارية المتوقعة، بحيث تُقلّل الضرائب المرتفعة غير المتوقعة من العائدات، ما يحدّ من عزيمة رُوّاد الأعمال في الاستثمار.

من جهة أخرى، تُحفّز المعدلات الضريبية المرتفعة عمليات التجنب والتهرب الضريبي. وقد تكون هذه المسألة أكثر شيوعاً في صف الشركات الناشئة والشركات الأصغر حجماً حيث تكون المعايير المحاسبية والضوابط المالية أقل صرامة. يُعدّ كل من رُوّاد الأعمال والباحثين والعلماء أشخاصاً حركيين قادرين على تحديد المناطق التي تفرض ضرائب مرتفعة وتجنّبها عن طريق الهجرة إلى البلدان تمنح تسهيلات ضريبية. تُسمّى هذه العملية بـ "هجرة الأدمغة Brain drain". ولسوء الحظ، يبقى بلدهم الأصلي مفتقدا للمواهب، وأقل ديناميكية، ومحروماً من الفوائد المترتبة عن نشاطاتهم وأفكارهم الابتكارية، ومهدم، ومساهمتهم في النمو الاقتصادي المستقبلي للبلاد.

العبء التنظيمي

من السهل قياس تأثير الضرائب على الشركات مقارنة بقياس العبء التنظيمي الذي تواجهه. ومع ذلك، يُمكن لبعض الإجراءات البسيطة أن تقدّم لنا بعض المؤشرات التقريبية مثل العبء الزمني، والمساطر الإدارية اللازمة، وتكلفة تسجيل وإنشاء الشركات الجديدة. فكلما تم تعقيد مساطر إنشاء شركة جديدة، قلت المحاولات الرامية

لذلك، الشيء الذي سيضعف محاولات إطلاق أنشطة تجارية غير رسمية التي ستكون عاجزة عن العمل بكفاءة عالية نظرًا لكونها خارج نطاق القانون. قد يقلل أصحاب هذه الأنشطة غير الرسمية من الاستثمار في العقار والمعدات بسبب علمهم المسبق بإمكانية غلق السلطات (الفاصلة أحيانًا) لأعمالهم ومصادرة (أو سرقة) ممتلكاتهم.

لحسن الحظ، قلّ المتوسط العالمي للفترة الزمنية المطلوبة لإطلاق نشاط تجاري من مدة 50 يومًا في سنة 2003 إلى أقل من 20 يومًا في سنة 2020⁵. ولكن، ورغم ذلك، لا تزال هناك تفاوتات كبيرة بين البلدان. ففي فنزويلا، تصل هذه المدة إلى 230 يومًا. وفي جمهورية لاوس الديمقراطية الشعبية، يستغرق بدء عمل تجاري حوالي 173 يومًا، في حين تقارب المدة الزمنية في كمبوديا حوالي 99 يومًا. أما في الولايات المتحدة مثلًا، يحتاج الفرد إلى أربعة أيام فقط من أجل إنشاء شركته الخاصة. وفي كل من أستراليا وكندا وهونغ كونغ وسنغافورة، لا يتجاوز الأمر يومين. أما في جورجيا ونيوزيلندا، يستغرق الأمر يومًا واحدًا فقط، بيد أن في إستونيا، يمكن إنشاء شركة على الفور عبر الإنترنت.

تبيّن لنا الأمثلة أعلاه وجود نمط واضح: يُعدّ إنشاء شركة في البلدان الحرة ذات البيئة المناسبة لريادة الأعمال أمرًا سريعًا وسهلاً، أما في البلدان الأقل حرية ذات البيئة غير المناسبة لريادة الأعمال، تكون العملية بطيئة جدًا. وقد لا يكون من قبيل الصدفة أيضًا أن نجد أن بدء نشاط تجاري في البلدان ذات الدخل المرتفع يكون أسرع بمرتين مما هو عليه الأمر في أي مكان آخر. وعمومًا، كما رأينا، تُعدّ البلدان ذات الدخل المرتفع أكثر الدول ريادية في العالم.

من الصعب قياس العبء المالي المترتب عن اللوائح التنظيمية. في هذا الإطار، تضمّن تشريعات الاتحاد الأوروبي *Acquis communautaire* (لأئحة مجموعة القوانين واللوائح التنظيمية في الاتحاد الأوروبي الخاصة بالشركات والجمعيات الخيرية

والأشخاص) حوالي 35 فصلاً. وتحتوي هذه اللائحة على حوالي 110.000 صفحة تزداد بمعدل 5000 صفحة سنويًا. وعلى الرغم من عدم معرفة العدد الحقيقي لهذه اللوائح، تُشير بعض التقديرات إلى أن عدد الصفحات يساوي ضعف العدد المذكور. في الواقع، تُلقي هذه اللوائح التنظيمية الضخمة بثقلها الكبير على الشركات الصغيرة الناشئة، التي تُعدّ أقل قدرة على الامتثال لها (أو حتى الحصول على الوقت اللازم لقراءتها وفهماها) بالمقارنة مع الشركات الكبيرة التي تُنشئ أقسام خاصة معنية بدراسة هذه الأمور.

يُساهم وجود لوائح تنظيمية كثيرة ومرهقة جدًا بالنسبة للشركات الصغيرة في التشجيع على الفساد. في نيبال مثلاً، توصلت دراسة استقصائية أجرتها مؤسسة Samriddhi (مؤسسة الازدهار) في سنة 2013 إلى أن أصحاب المتاجر المحليين قد أُزِموا بتسجيل أنشطتهم لدى أربع وكالات حكومية، وأن يخضعوا للمراقبة من قبل ست وكالات مختلفة، وأن عليهم الامتثال لأكثر من 15 قانونًا محددًا. وليس من الغريب أن آيًّا من المتاجر الـ 268 التي شملها الاستطلاع لم تقم باحترام جميع التسجيلات اللازمة. فغالبًا ما يكون حجم هذه الأنشطة التجارية صغيرا ليستجيب لهذا الكم الهائل من اللوائح التنظيمية.

يَجْعَلُ الافتقار إلى الصبغة الرسمية الاقتراض من أجل توسيع الأعمال أمرًا صعبًا بالنسبة إلى أصحاب المتاجر الصغيرة. ولذلك تظل أعمالهم التجارية محدودة العطاء. ويعمد كل من الشرطة المحلية والمسؤولين التجاريين من ناحية أخرى إلى تهديدتهم الدائم بإيقاف أنشطتهم في حالة عدم تقديمهم لرشوة لدفع المسؤولين إلى التغاضي عن الانتهاكات القانونية (Samriddhi Foundation 2013).

لا تُعاني البلدان النامية وحدها من هذه المشكلة، بل إن البلدان المتقدمة تعيش على وقع نفس الإشكال. فمثلاً، يتطلّب فتح مطعم في سان فرانسيسكو 14 تصريحًا يَشْمَلُ كل من التخطيط والبناء والحرائق والمرافق العامة وغيرها. ويتطلّب بعض هذه التصاريح الانتظار مدة زمنية طويلة، وتخصيص جهد كبير وتكلفة مالية باهظة. على سبيل المثال، إذا كان مطعم ما سيقدّم المشروبات الكحولية لزبائنه، سيتوجّب على

صاحب المطعم إرسال بريد إلكتروني إلى كل مقيم على مسافة 500 قدم من مطعمه لطلب موافقتهم. قد يستغرق القيام بهذه العمليات المختلفة مجتمعة حوالي تسعة أشهر، الأمر الذي غالبًا ما يكلف رائد الأعمال آلاف الدولارات في إيجار مبانٍ لا يمكنه استخدامها قُبيلَ الإمضاء على كل التصاريح المطلوبة لدى المسؤولين الحكوميين (Tuder 2017).

إن تقليل القيود التنظيمية سيؤدي إلى طرح منتجات منخفضة الجودة أو غير آمنة أولاً، أو إلى تكريس الاحتكارات ثانياً، أو إلى خفض أجور للموظفين ثالثاً، أو إلى تلويث البيئة رابعاً. تُشير الدراسات الاقتصادية إلى أن التنظيم التشريعي المُثَقَّر قادرٌ على تعزيز النمو الاقتصادي خلال هذه العملية. وتُشير أيضاً إلى أن الاقتصادات شديدة التنظيم والتعقيد تُعرِّف نموًا اقتصاديًا منخفضًا مقارنةً مع الاقتصادات ذات التنظيم المرن (Gorgens et al. 2003. انظر أيضاً Djankov et al. 2006).

لا يُمكنُ اعتبار التنظيم الجيد في كل الأحوال بقاعدة، بل يظل استثناءً. تَقِفُ خلف معظم اللوائح التنظيمية أجدات سياسية تُضربُ في صُلب العقلانية الاقتصادية. فضلاً عن ذلك، تَمْتَلِكُ الشركات الكبرى، من خلال ميزانياتها الضخمة المخصصة لمجال الضغط، القدرة على التأثير في اللوائح التنظيمية المعتمدة لدى المسؤولين. يمكنهم هذا من حماية أعمالهم التجارية من الوافدين الجدد. يقود الانخفاض في حدة المنافسة الناتج عن هذه العملية إلى تحمُّل الزبائن لمنتجات تفتقدُ لحس الابتكار، وذات جودة متدنية وثمان باهظ. وفي الوقت عينه، تقلُّ قدرة الزبائن على مقاطعة الشركات المهيمنة التي تُتاجر على نحو غير عادل أو غير مسؤول. لذلك، يُجَدُّ التنظيمُ الصارمُ من زيادة ثروة ومداخيل المواطنين. فمثلاً، من أجل الاستجابة للمعايير البيئية، تُلزِمُ الشركات بالتوقف عن استعمال الطاقة التي تعملُ بوقود الفحم واستبدالها بمصادر الطاقة المتجددة المعروفة بتكلفتها الباهظة. غير أنه في الواقع، الزبائن من يدفعون قيمة هذه التكلفة التي تُنقِصُ من مَدَّخِرَاتِهِمْ (بعد توفير العناصر الضرورية من الغذاء والمسكن والملبس والمرافق والرعاية الصحية). لهذا، تُعتبر المشاريع التنافسية السبيل الوحيد

لمعالجة مثل هذه المشكلات، من خلال طرح المنتجات ذات القيمة العالية وتوليد نمو اقتصادي ملحوظ.

الظروف الملائمة

لا تتطلب زيادة الأعمال توفير الظروف الملائمة لرؤاد الأعمال فقط، بل تستدعي أيضاً توفير الظروف المناسبة للمستثمرين ولليد العاملة وللزبائن. يحتاج رؤود الأعمال إلى تسهيلات لضمان وصول سلس إلى رأس المال، وتبسيط المساطر الإدارية وتوفير المشورة. كما يحتاجون، وزبناؤهم، إلى بيئة سياسية واقتصادية مستقرة تَسْمَح لهم بوضع خطط مستقبلية من أجل رفع منسوب الثقة بهدف الاستثمار.

الملكية والحماية القضائية. ثَمَّة علاقة إيجابية تَجْمَع بين قوة حقوق الملكية وضمانها في بلد معين من جهة، وبين معدل زيادة الأعمال من جهة ثانية (Sanandaji and Leeson 2013). نظراً إلى الشكوك التي تُحيط بأي عمل تجاري، فإن حقوق الملكية المضمونة وسيادة القانون يُشكّلان أمراً بالغ الأهمية بالنسبة إلى المستثمرين. فمثلاً، أيُّ فائدة المزارع من حصد محاصيل هو يعلم أنها ستسلب منه بعد ذلك بقوّة السلاح؟

تُعتبر الحاجة إلى حقوق ملكية آمنة، بما في ذلك حقوق التأليف والنشر وبراءات الاختراع والعلامات التجارية وغيرها من الملكيات "الفكرية" الأخرى، مسألة ملحة بالنسبة إلى رؤود الأعمال. ففي الواقع، تعرّف معظم المشاريع حالات فشل، ومعظم الاستثمارات في قطاع زيادة الأعمال تكون محدودة العائدات. لذلك، فإذا كان على الأفراد تحمّل هذه المخاطر الريادية، لا بد أن يكونوا واثقين من قدرتهم على جني ثمار النجاح لأن ذلك سوف يجعلهم من بين القلة الناجحين في تحقيق هذه الغاية.

زد على ذلك أن الجشع ليس وحده ما يهَابُ بخصوص موضوع حماية الملكية. إذا كان رؤود الأعمال يخشون أن تفرض الحكومة ضرائب تعسفية على مكاسبهم أو تُغلق أعمالهم لأسباب سياسية، أو تَسْمَح للمسؤولين باتزاع رشايهم منهم، فإنهم يفضلون الإبقاء على وظائفهم على البدء في نشاط تجاري جديد وإدارته من أجل تحقيق أرباح.

لهذا، ينبغي أن يتوفر نص قانوني ("سيادة قانون") يتعامل مع السرقة والاستغلال من طرف السياسيين والمسؤولين بشكل لا يختلف عن السرقة والاستغلال من قبل الأفراد والعصابات. كما يجب أن تُتوفّر مؤسسات قضائية قوية ومستقلة لضمان سيادة القانون.

إذا كانت المنظومة القضائية هشة أو فاسدة، لن يثق الناس بها. سيُنظر إليها على أنها تُشكل خطرًا كبيرًا يهددهم ويهدد أعمالهم. وهذا من شأنه أن يجعلهم مترددين جدًا في القيام باستثمارات ريادية. قد يسرق اللصوص أشياء منك، ولكنهم لا يستطيعون منعك من المتاجرة ولن يتمكنوا من الإلقاء بك في السجن. ولهذه الأسباب، لا بد أن تكون صلاحيات السلطة السياسية والرسمية محدودة حتى لا يتمكن من هُم في السلطة من التصرف بطريقة تعسفية لاستغلال الآخرين (مثل مصادرة ممتلكات الجماعات التي تعارضهم) وتجاهل حقوق الأفراد الفردية والمدنية (باتلر، سيصدر قريبًا، (butler forthcoming).

الافتتاح. إن افتتاح الدولة على رأس المال الأجنبي والهجرة من بين العوامل المهمة الأخرى التي يجب الإشارة إليها. يُعتبَر العديد من رواد الأعمال، كما رأينا سابقًا، من المهاجرين. هم أناس يتمتعون بالشجاعة، والطاقة، والمبادرة، والشجاعة لمغادرة أوطانهم الأصلية والبدء من جديد في مكان آخر، بحيث هذه الصفات تُعدُّ مفيدة بالنسبة لرائد الأعمال. كما من المرجح رصدهم للفرص التي قد يُفوّتها السكان المحليون المتعلّقون بالثقافة والتصور السائد في تلك المنطقة.

تَشْمَل السياسات الرامية إلى جذب (والاحتفاظ) برواد الأعمال الأجانب أساسا منح تأشيرات عمل للطلاب الأجانب بهدف تمكينهم من الدراسة، وفيما بعد، العمل بشركة معينة بالدولة المضيفة، أو لإطلاق مشاريعهم الخاصة. تتوفّر العديد من البلدان على تأشيرات خاصة برواد الأعمال الأجانب، بل هنالك البعض من يُمحّ تأشيرات إقامة خاصة بالمستثمرين فقط. في هذا الإطار، تَمْتَلِكُ سياسات الهجرة المفتوحة التي تحاول جذب أي عامل والمحافظة عليه، سواء أكان ماهرًا أم لا، فرصة أكبر مقارنة

بنظيراتها في جذب الأشخاص أصحاب روح ريادة الأعمال العالية. أيضا، تعمل على تعزيز الرخاء والحد من الفقر (كابلان يصدر قريبا Caplan forthcoming).

الثقافة. تُشكّل المؤسسات مثل العرف القانوني، وطبيعة وسلامة حقوق الملكية، واستقلال القضاء، والقيود المفروضة على الحكومات، والدفاع عن الحقوق أو المواقف من سياسات الهجرة، جزءًا من ثقافة عمومية من المبادئ والأخلاق والمعتقدات، وليس من السهل إعادة إنتاج نفس هذه المبادئ في الثقافات الأجنبية الأخرى.

ومع ذلك، يمكن اعتبار أن الروح الريادية القوية حاضرة ومتواجدة في كل مكان تقريبًا. فحتى في البلدان ذات القيود التنظيمية المكثفة، يُظهر الناس براعة ملحوظة في الالتفاف حول القواعد الرسمية لتحسين جودة ظروف حياتهم وحياة أسرهم. يتعامل الأفراد بطرق ذكية لاغتنام الفرص عند مواجهة المشكلات. ومن السهل للغاية إطلاق العنان للروح الريادية الخاصة بهم. لذا فإن أي أمر يمكن القيام به لتحقيق ذلك ولتحويل الروح الريادية من الأمور غير المنتجة إلى الأمور المنتجة، من شأنه أن يعود بفوائد كبيرة على المجتمع.

أما بالنسبة للحكومات، يتعلّق الأمر إذا بفهم واقع سوق رأس المال الاستثماري المخاطر، والاحتياجات الخاصة لروّاد الأعمال، وتعزيز وتحسين مستوى التعليم والبحث العلمي، والانفتاح على المهاجرين ورؤوس الأموال الأجنبية، ودراسة الأمور من منظور طويل الأمد بدل محاولة تبني الحلول السريعة، وعدم المبالغة في صياغة عدد كبير من برامج الدعم، وتجنّب تقديم الإعانات المالية والإعفاءات الضريبية، وأخذ الحيطة في التعامل مع الخبراء الاستشاريين.

أهمية الإدارة

قد يُساهم مثل هذا النهج في تعزيز الإبداع وتوليد الأفكار الناجحة والابتكار والمغامرة (Dumitriu2019b). ورغم ذلك، من أجل تحويل الأفكار إلى أنشطة مربحة، يَحْتَاج رُوّاد الأعمال إلى المهارات التقنية والقدرات التنظيمية أيضًا (Ward 2005).

تَنجَح الشركات وتفشل لعدة أسباب (حدد بول جراهام Paul Graham 18 سببًا مختلفًا للفشل) إلا أن الإدارة الجيدة أو الضعيفة تُشكّل أهمية خاصة في تحديد مصير الشركات. فكن كثيرًا ما يعاني رواد الأعمال من الآليات اللازمة لإدارة الأعمال وضبط التكاليف والتكيف مع النمو السريع أو الطريقة السهلة للوصول إلى الزبائن، ثم إن تحويل الأفكار الجيدة إلى نجاح تجاري يتطلب إدارة جيدة.

يُمكن اعتبار المديرين أنفسهم رواد أعمال. قد يتوصلون، على سبيل المثال، إلى سبل مبتكرة لزيادة رضا الزبائن. من خلال هذا، سيدرك الناس أنهم يحصلون على القيمة الأفضل لمنتجاتهم بفضل رواد الأعمال. وقد يجدون السبل الكفيلة بجعل المنتجات القديمة، التي تُقِيم بأقل من قيمتها، أكثر جاذبية أو أكثر فائدة. وتماثلًا كما يدمج رواد الأعمال الموارد الإنتاجية بطرائق جديدة لخلق منتجات أفضل أو أرخص، يرفع المديرون من جاذبية المنتجات للزبائن عن طريق دمج الموارد البشرية بهذه السلسلة.

لا تتعلّق الفجوة الكبيرة بين الشركات الأكثر إنتاجية والأقل إنتاجية فقط بأسعار الفائدة المنخفضة التي تحافظ على بقاء الشركات الأشباح على قيد الحياة. بل للأمر أيضًا علاقة بالتنظيم والمنافسة الضعيفة وضعف جودة التعليم. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون جزء كبير من هذه الفجوة ذو علاقة بجودة الإدارة في الشركات المختلفة.

تُراقب أفضل الشركات أعمالها، وتحاول تحسين أدائها، وتُروّج لإنجازاتها ولموظفيها الأكفاء في العمل، القادرين على تحديد مكان الحل وإصلاحها. أما الشركات الأقل إنتاجية، فلا تفعل ذلك (Dumitriu 2019b).

نظرًا إلى الفوائد المحتملة للإدارة الجيدة للأعمال، فمن الغريب عدم انتشارها على نطاق واسع.

لا تُدرِك الشركات ذات الأداء الضعيف قيامها بالأمور بطريقة خاطئة. ربما يَنصَب تركيز هذه الشركات على المهام الأساسية للإنتاج لدرجة لا تُتْرَك وقتًا كافيًا للتفكير في القضايا الإدارية. وربما هي غير قادرة على تحديد أي جانب يسهل تحسينه من عملياتها. كذلك،

قد يفتقرون إلى الحافز للقيام بالأمور بصورة مختلفة، أو قد يخشون التغيير، أو قد يحاولون تنزيل الإصلاحات لكن الصعوبات الكبيرة تحوّل دون نجاحها.

"تتطلب الإدارة الريادية في الشركات الجديدة أربعة شروط. أولاً؛ التركيز على السوق. ثانياً، التميز ببعْد النظر الاقتصادي، خاصة التخطيط للتدفق النقدي واحتياجات رأس المال المستقبلية. ثالثاً، ضرورة توفّر فريق إداري قبل شروع الشركة في العمل لتكون قادرة على تحمل تكاليفه. وأخيراً، وجوب تحديد رائد الأعمال لإطار يفصل في أدواره ومجال عمله وعلاقاته".

- بيتر ف. دراكر؛ الابتكار وريادة الأعمال

تُشيرُ شبكة رُواد الأعمال The Entrepreneurs Network، وهي مؤسسة فكرية بريطانية، إلى أن تقديم المشورة الإدارية مجاناً للشركات الصغيرة في الهند كان سبباً في رفع إنتاجية الإدارة بنسبة 11% (المرجع نفسه). بالتالي، يمكن القول إن من بين أكثر الأمور فعالية لكي تساهم الحكومة في تعزيز نجاح رُواد الأعمال هو ضمان تقديم مثل هذه المشورة. وتقرّح الشبكة محاولة الحكومات مساعدة رُواد الأعمال على تحديد أنجع الأفكار الإدارية من خلال تشجيع تجارب أنظمة التدريب الإداري المختلفة وتقنياته. كما ينبغي لها أيضاً السماح للشركات بالاستثمار أو تشجيعها عليه في سبيل رفع مستوى قدراتها الإدارية، وذلك عن طريق التدريب المهني مثلاً. تُعدُّ شبكات النظراء Peer-to-peer networks لتبادل التجارب والخبرات أمراً مهمّاً كذلك. فمن خلال هذه التقنية، عمّلت الصين على زيادة إيرادات الشركات بنسبة 8% ما أدى إلى زيادة المردودية وإنتاجية المديرين (المرجع نفسه).

الدروس المستخلصة

يجب أن نهتم بتعزيز ريادة الأعمال لجميع الأسباب المذكورة في بداية هذا الكتاب. وقد يكون للحكومات أيضًا دور في ذلك. ولكن كما تقول الشبكة، يجب أن تكون المسألة "صارمة"، وليس سلسلة من الامتيازات الضريبية والإعانات والمنح وغير ذلك من الهبات. وعلى الرغم من أن رؤّاد الأعمال غالبًا ما يشتمون من نقص التمويل، إلا أن هذا المشكل ينطبق على الجميع. فليس التمويل أكبر عائق أمام بدء نشاط تجاري لأن هذا الأخير لا يتطلب عادةً رأس مال ضخم. ومع ذلك، يجعل التمويل الحكومي رؤّاد الأعمال مفرطين في التفاؤل، ويُشجّع على إنشاء مشاريع "مضخمة"، وغير قابلة للتطبيق جوهريًا. إن أفضل الشركات وأكثرها مقاومة، لا تُخرج للوجود بشكل عبثي. بل تتطور وتتمو طبيعيًا باعتبارها شركات ناشئة صغيرة تنبثق من متطلبات زبائنها.

ثمة فكرة أخرى شائعة مفادها وجوب تحسين الحكومات لجودة التعليم والتدريب والمهارات المكتسبة. من المؤكد أن كل هذه الأمور تساعد في خلق ظروف عمل ملائمة للشركات الريادية. ولكن، ليس من الضروري أن تتولى الحكومة توفير هذه الأمور، وذلك لميلها الدائم إلى تقديمها بطريقة بيروقراطية قد لا تتوافق مع احتياجات السوق. إن رؤّاد الأعمال ليسوا بحاجة إلى برامج تدريبية تُديرها الإدارة العمومية. يتعلم الناس بصورة أفضل عن قطاع الأعمال خلال مزاوتهم لأعمالهم مقارنة بالفصول الدراسية أو هيئات التدريب. زد على ذلك أن رؤّاد الأعمال أكثر دراية بماهية الأمور مقارنة بالمسؤولين الحكوميين عن حاجياتهم المهارية والتعليمية والتقنية. وبدلاً من تقديم التدريب، يتعيّن على الحكومات السماح لرواد الأعمال بتقنية رؤوس أموالهم البشرية. وقد يعني هذا هيكلة النظام الضريبي لدعم التدريب وتنمية رأس المال البشري.

يُعدُّ تحرير التجارة والتبادل التجاري وتهيئة بيئة أعمال مفتوحة وتنافسية من العوامل الحاسمة في انتشار ريادة الأعمال ونجاحها. ومرة أخرى، فإن هذا لا يلزم الحكومة العمل على إنشاء شركات بيروقراطية صغيرة، بل يتطلب منها إزالة الحواجز أمام التجارة الدولية والترحيب باليد العاملة الخارجية ووضع حد لأشكال التمييز العنصري والنوعي والعرقى لضمان قدوم أفكار جديدة إلى عالم الأعمال، وتبسيط قوانين الشغل،

والضرائب، والأعباء الاجتماعية، والتراخيص، خاصة بالنسبة إلى الشركات الصغيرة المتأثرة بهذه العوامل أكثر من سابقها. كذلك، ينبغي أيضا التصدي إلى الاحتكارات (خاصة الاحتكارات الحكومية) وتقليل الحواجز التي تحول دون الولوج إلى السوق أو إنشاء أسواق جديدة.

حين التقى الإسكندر الأكبر بالفيلسوف الكليبي ديوجانس (الذي تجنب وسائل الراحة الدنيوية وعاش في برميل)، سأله: "يا ديوجانس العظيم، ماذا أستطيع أن أفعل من أجلك بكل ثروتي وجيوشي؟" نظر إليه ديوجانس ولوح إليه قائلاً: "ابتعد فقط، فأنت تحجب عني ضوء الشمس". إذا كانت الحكومات فعلاً ترغب في نشر ريادة الأعمال والفوائد المترتبة عنها وتميئتها، فإن الوقوف بعيداً عن ضوء الشمس هي أفضل نصيحة سيكون من الجيد احترامها.

- Anderson, S. (2016) Immigrants and billion dollar startups. National Foundation for American Policy, Policy Brief, March.
- Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* 98(5), Part 1: 893–921.
- Baumol, W. (2002) *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton University Press.
- Becker, G. (1968) Crime and punishment: an economic approach.
- *Journal of Political Economy* 76: 169–217.
- Block, J. (2016) Corporate income taxes and entrepreneurship. IZA World of Labor (<https://wol.iza.org/articles/corporate-income-taxes-and-entrepreneurship>).
- Bosma, N. and Kelley, D. (2019) 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association (<https://www.gemconsortium.org>).
- Brooke, J. (1990) Brazil backing computer imports. *New York Times*, 9 July.

- Butler, E. (forthcoming) *An Introduction to Democracy*. London: Institute of Economic Affairs.
- Caplan, B. (forthcoming) *Poverty – Who’s to Blame?*
- De Ridder, M. (2019) *Market power and innovation in the intangible economy*. Centre for Macroeconomics, Discussion Paper.
- Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. and Miranda, J. (2016) *Declining business dynamism: implications for productivity?* Brookings Institution, Hutchins Centre Working Paper 23,
- 19 September (<https://www.brookings.edu/research/declining-business-dynamism-implications-for-productivity/>).
- Djankov, S., McLeish, C. and Ramalho, R. (2006) *Regulation and growth*. World Bank, Working Paper 40722.
- Dominiak, P. and Wasilczuk, J. (2017) *Formal institutions: the source of unproductive entrepreneurship in Poland*. GUT FME Working Paper Series A, 1/2017(44), Faculty of Management and Economics, Gdansk University of Technology, Gdansk.
- Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Oxford: Butterworth-Heineman.
- Dumitriu, S. (2019a) *What’s really driving our productivity slump?* CapX, 5 July.

- Dumitriu, S. (2019b) Management matters. The Entrepreneurs Network, 23 January (<https://www.tenentrepreneurs.org/research/management-matters>).
- Dumitriu, S. and Stewart, A. (2019) Job creators: the immigrant founders of Britain's fastest growing companies. The Entrepreneurs Network (<https://www.tenentrepreneurs.org/immigrantfounders>).
- Evers-Hillstrom, K. (2018) Lobbying spending reaches \$3.4 billion in 2018, highest in 8 years. OpenSecrets: Center for Responsive Politics, 25 January.
- Foss, N. and Klein, P. (2010) Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise* 25(2): 145–64 (https://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2010/07/fk_jope_2010.pdf).
- Friedman, M. (1962) *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Gorgens, T., Paldam, M. and Würtz, A. (2003) How does public regulation affect growth? Department of Economics Working Paper 2003-14, University of Aarhus.
- Graham, P. (2006) The 18 mistakes that kill startups (<http://paulgraham.com/startupmistakes.html>).
- Gutiérrez, G. and Philippon, T. (2019) The failure of free entry. National Bureau of Economic Research, Working

Paper 26001, June. Hathaway, I. and Litan, R. (2014) What's driving the decline in the firm formation rate? A partial explanation. Brookings Institution, Brookings Economic Studies, November (https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving_decline_firm_formation_rate_hathaway_litan.pdf).

- Hayek, F. A. (1978) Competition as a discovery procedure. In *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Henrekson, M. (2020) How labor market institutions affect job creation and productivity growth. *IZA World of Labor* 38 (<https://wol.iza.org/articles/how-labor-market-institutions-affect-job-creation-and-productivity-growth/long>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2008) Entrepreneurship and the theory of taxation. IFN Working Paper 732, Research Institute of Industrial Economics (SSRN-id1089367.pdf).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2011) The interaction of entrepreneurship and institutions. *Journal of Institutional Economics* 7(1): 47–75 (<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/interaction-of-entrepreneurship-and-institutions/DD9AF1A1BFA6DC0714066B09E9D52E0C>).

- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2014) Small business activity does not measure entrepreneurship. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 111(5): 1760–65 ([https://www.pnas.org/content/111/5/1760 .short](https://www.pnas.org/content/111/5/1760.short)).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2018) Stock option taxation: a missing piece in European innovation policy? Small Business Economics 51: 411–24.
- Kim, A. (2020) Economic freedom: promoting economic opportunity and prosperity. Presentation to the Mont Pelerin Society, Stanford University, January.
- Kirzner, I. (1973) Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.
- Klein, D. (2009) Let's be pluralist on entrepreneurship. In Knowledge and Coordination: A Liberal Interpretation, chapter 9. Oxford University Press (<https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199355327.001.0001/acprof-9780199355327-chapter-9>).
- Klein, P. (2017) Why government cannot be run like a business. Mises Institute, Mises Wire, September 4 (<https://mises.org/wire/why-government-cannot-be-run-business>).
- Klein, P. and Foss, N. (2014) The right way to view entrepreneurship. Mises Institute, Mises Daily Articles,

July 19 ([https:// mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship](https://mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship)).

- Klein, P. and Mariotti, S. (2013) Looking at entrepreneurship from a theoretical perspective, with leading expert Peter Klein. HuffPost, 30 December (https://www.huffpost.com/entry/looking-at-entrepreneursh_b_4505632).
- Knight, F. (1921) Risk, Uncertainty and Profit. Boston and New York: Houghton Mifflin Company
- Kreft, S. and Sobel, R. (2005) Public policy, entrepreneurship and freedom. *Cato Journal* 25(3): 595–616.
- Kritikos, A. (2014) Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor* 8 (<https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth>).
- Lachmann, L. (1986) *The Market as an Economic Process*. New York: Basil Blackwell.
- Lerner, J. (2009) *Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed – and What to Do About It*. Princeton University Press.
- Lofstrom, M. and Wang, C. (2019) Immigrants and entrepreneurship. *IZA World of Labor* 85 (<https://wol.iza.org/subject-areas/entrepreneurship>).

- March, J. (1991) Whither exploration and exploitation. *Organization Science* 2(1): 71–87.
- Masnik, M. (2017) The dangerous rise of unproductive entrepreneurship. *Techdirt*, August 18 (<https://www.techdirt.com/articles/20170818/00183838020/dangerous-rise-unproductive-entrepreneurship.shtml>).
- Mazzucato, M. (2013) *The Entrepreneurial State*. London: Anthem Press.
- McCloskey, D. (1994) *Knowledge and Persuasion in Economics*. Cambridge University Press.
- McCloskey, D. (2007) *The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce*. University of Chicago Press.
- McCloskey, D. and Klammer, A. (1995) One quarter of GDP is persuasion. *American Economic Review, Papers and Proceedings* 85(2): 191–95.
- McMaken, R. (2014) Extended version of Peter Klein’s interview on entrepreneurship. Mises Institute, Mises Wire Interview Transcription, 8 April (<https://mises.org/wire/extended-version-peter-kleins-interview-entrepreneurship>).
- Medeiros, J. (2019) This economist has a plan to fix capitalism. It’s time we all listened. *Wired*, 8 October (<https://www.wired.co.uk/article/mariana-mazzucato>).

- Miller, D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7): 770–91.
- Mises, L. von (1949) *Human Action*. Yale University Press.
- Mises, L. von (1951) Profit and loss. In *Planning for Freedom*.
- South Holland, IL: Libertarian Press.
- Nanda, R. (2016) Financing high-potential entrepreneurship. *IZA World of Labor* (<https://wol.iza.org/articles/financing-high-potential-entrepreneurship>).
- NPR (2018) Rigging the economy. No. 829, 9 March.
- Ridley, M. (2020) *How Innovation Works*. London: Fourth Estate.
- Samriddhi Foundation (2013) Economic freedom matters: does economic freedom affect Kirana Pasals in Nepal?
- Sanandaji, T. and Leeson, P. (2013) Billionaires. *Industrial and Corporate Change* 22(1): 313–37 (<https://academic.oup.com/icc/article/22/1/313/885637>).
- Sanandaji, T. and Sanandaji, N. (2014) *SuperEntrepreneurs – and how your country can get them*. London: Centre for Policy Studies (<https://www.cps.org.uk/research/superentrepreneurs-and-how-your-country-can-get-them/>).

- Schaeffer, V. (2015) Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. *Journal of Innovation Economics & Management* 3(18): 25–51 (<https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2015-3-page-25.htm#>).
- Schumpeter, J. (1911) *The Theory of Economic Development*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. (1939) *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. New York: McGraw-Hill.
- Seth, S. (2019) Why entrepreneurship is important to the economy. Investopedia, 22 July (<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-important-economy.asp>).
- Smith, A. [1776] (1981) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Indianapolis, IN: Liberty Fund.
- Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics* 70(1): 65–94.
- Stigler, G. (1971) The theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science* 2(1): 3–21.

- Thierer, A. (2014) *Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom*. Arlington, VA: Mercatus Center at George Mason University.
- Tuder, S. (2017) What it actually costs to open a restaurant in San Francisco. *SF Eater*, 2 June.
- UK Government (2011) *Change in government: the agenda for leadership*. Public Administration Select Committee: Report 13, Session 2010-2012. House of Commons.
- US Small Business Administration Office of Advocacy (2014) *New Business Statistics 2004-14*.
- Vaz-Curado, S. and Mueller, A. (2019) The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. *Mises Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics* 7(3) (<https://www.revistamises.org.br/misesjournal/article/view/1223/656>).
- Ward, T. (2005) *An integrated model of entrepreneurship and intrapreneurship*. Paper delivered to the 13th Annual High Technology Small Firms Conference.
- Watson, G. and Kaeding, N. (2019) *Tax policy and entrepreneurship: a framework for analysis*. Washington, DC: Tax Foundation, 3 April (<https://taxfoundation.org/tax-policy-entrepreneurship/>).

- Weber, M. (1905) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Zook, C. and Allen, J. (2016) *Barriers and Pathways to Sustainable Growth: Harnessing the Power of the Founder's Mentality*. Bain & Co., 19 July.

معهد الشؤون الاقتصادية (IEA)

يعد معهد الشؤون الاقتصادية (IEA) من المؤسسات الخيرية التي تعنى بالشؤون البحثية والتعليمية، وهو مؤسسة محدودة بالضمان مسجلة في إنكلترا بالرقم (CC 235) 351). وتتلخص مهمة المعهد في تحسين فهم المؤسسات الرئيسة للمجتمع الحر من خلال تحليل دور الأسواق وتوضيحه في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية.

يسعى المعهد إلى إنجاز مهمته هذه من خلال:

- برنامج لطباعة كتب عالية المستوى.
- إقامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات وغيرها من الفعاليات.
- بذل الجهود التوعوية التي تستهدف طلاب المدارس والجامعات.
- ترتيب فرص الظهور في وسائل الإعلام وتقديم وجهات النظر من خلالها.

تأسس معهد الشؤون الاقتصادية في سنة 1955م على يد رجل الأعمال البريطاني الراحل السير أنتوني فيشر بمثابة مؤسسة خيرية تعليمية لا منظمة سياسية، وهو مستقل عن أي حزب أو مجموعة سياسية ولا يمارس نشاطات تهدف إلى حشد التأييد لأي حزب أو مرشح سياسي في أي عملية انتخابية أو استفتاء أو غير ذلك. ويتلقى المعهد تمويله من بيع منشوراته، والرسوم التي يتقاضاها مقابل حضور مؤتمراته، والتبرعات التي تصله طوعاً.

إضافةً إلى السلاسل الرئيسة التي يصدرها المعهد، تصدر عنه أيضاً مجلة فصلية (بشراكة مع جامعة باكنغهام)، تحت عنوان الشؤون الاقتصادية.

يتلقى المعهد المؤازرة في عمله من الهيئة الاستشارية الأكاديمية المتكونة من أعضاء بارزين من مختلف أنحاء العالم، ومن لجنة (الزملاء الفخريين) التي تحتوي كثيراً من الأسماء المرموقة، ويقوم هؤلاء جميعاً، ومعهم أكاديميون آخرون، بمراجعة الإصدارات الاستشارية التي يصدرها المعهد، ثم يجري إيصال الآراء إلى المؤلفين مغفلة من

الأسماء، ولذلك فإن كل إصدارات المعهد تخضع لعملية التحكيم المستقل الصارمة نفسها التي تستخدمها المجلات الأكاديمية البارزة.

تتمتع إصدارات المعهد بانتشار واسع في الصفوف والمناهج الدراسية للمدارس والجامعات، وهي تباع في كل أنحاء العالم، وكثيراً ما تُترجم وتُعاد طباعتها.

ساعد المعهد منذ سنة (1974 م) على إنشاء شبكة عالمية تضم مائة مؤسسة مشابهة تتوزع على أكثر من سبعين بلداً، تتصف هذه المؤسسات جميعها بالاستقلالية لكنها تشاطر معهد الشؤون الاقتصادية العمل على إنجاز المهمة نفسها.

تعتبر الآراء الواردة في إصدارات المعهد عن وجهات نظر مؤلفيها، ولا تعكس وجهة نظر المعهد (لا يمتلك المعهد وجهة نظر جماعية)، ولا وجهات نظر لجنة (الأمناء الإداريين)، أو أعضاء (الهيئة الاستشارية الأكاديمية)، أو كبار موظفي المعهد.

يعرب المعهد عن امتنانه للدعم المالي لبرنامج المنشورات الخاص به وغيره من الأعمال التي قدمها البروفيسور الراحل رونالد كوس.

- 1 نبذة عن المؤلف
2 نبذة عن المعهد الأمريكي للبحوث الاقتصادية (AIER)

3 - مقدمة

- 3 محتوى الكتاب
3 من يستهدف هذا الكتاب؟
4 الكاتب وريادة الأعمال
6 بنية الكتاب

7 - 2 - لماذا ينبغي الاهتمام بريادة الأعمال؟

- 7 العامل غير المرئي للإنتاج
8 الابتكار والنمو الاقتصادي
9 كيفية تعزيز ريادة الأعمال
11 التشجيع على التجربة
13 كيف يُهملُ ويُغفلُ الاقتصاديون ريادة الأعمال؟
16 أهمية المنافسة
18 ريادة الأعمال والتنوع

20 - 3 - وجهات نظر مختلفة عن ريادة الأعمال

- 20 الهياكل والأدوار والشخصيات
25 حجم الشركة وريادة الأعمال
28 أنواع رواد الأعمال
30 رواد الأعمال أشخاص غير عاديين
31 العقل الريادي
34 العوامل الاجتماعية

4 - الدور الاقتصادي لريادة الأعمال

37

37

الاقتصاد وعدم اليقين

38

أ نموذج الكتاب التعليمي

40

رائد الأعمال مُحركًا للإبداع المُسبب للاضطراب

42

رائد الأعمال باعتباره مُكتشفًا

44

رؤاد الأعمال باعتبارهم معالجين للمعلومات

46

رؤاد الأعمال وعدم اليقين

47

رؤاد الأعمال واتخاذ القرار

49

5 - أهمية ريادة الأعمال

49

الفوائد الاقتصادية

51

رفع الإنتاجية

53

الفوائد البشرية

54

الفوائد الاجتماعية

55

الدور الاجتماعي للريخ

58

6 - انتشار ريادة الأعمال

58

الوجود العالمي

59

أوجه التشابه والاختلاف بين الدول

61

الدول النامية

62

الهجرة و ريادة الأعمال

64

الصناعات الملائمة لريادة الأعمال

65

مستقبل ريادة الأعمال

68

7 - ريادة الأعمال المنتجة وغير المنتجة

68

في أي ظروف وعوامل تصبح ريادة الأعمال منتجة؟

68

منتجة وغير منتجة ومُخرَبة

70	التأثير الحاسم للقواعد
72	التلاعب بالقواعد
73	تراخيص مزاولة المهنة
75	ظهور ريادة الأعمال السياسية
76	ريادة الأعمال والمؤسسات

79 - 8 - أي دور للسلطة الحكومية في عملية تعزيز ريادة الأعمال؟

79	شارع الأحلام المكسورة
81	استراتيجيات أخرى
82	أي دور للسلطة؟
84	أدوات ووسائل الاستثمار العام
85	التدخل الحكومي: بين التأييد والرفض
89	توفير البيئة المناسبة والظروف الملائمة
93	Objective-led encouragement تشجيع التخطيط المبني على الأهداف
94	الدروس المستخلصة من التجربة

97 - 9 - بيئة ريادة الأعمال

97	أي تفسير لتفوق الولايات المتحدة على مستوى الأعمال الريادية؟
98	الثروة والحرية والثقافة
100	الابتكار دون تراخيص
102	أهمية الضرائب
107	العبء التنظيمي
111	الظروف الملائمة
113	أهمية الإدارة
116	الدروس المستخلصة
118	المراجع
129	معهد الشؤون الاقتصادية (IEA)

الثلث: 70 درهم

مدخل إلى ريادة الأعمال

"إذا سألت الناس عما يريدون؛ سيكون جوابهم: خيولاً أسرع"
- هنري فورد ؛ صانع سيارات أمريكي

يؤدّي رواد الأعمال دورًا محوريًا في تعزيز التقدم والإنتاجية والازدهار؛ إنهم يقودون النمو الاقتصادي ويخلقون فرصًا جديدة، وتغيّر ابتكاراتهم حياة الناس. إلا أن إسهاماتهم الهائلة ليست مفهومةً على نطاق واسع، وكثيرًا ما تتجاهلها الكتب الأكاديمية الاقتصادية بالكامل.

يضع الكاتب إيمون باتلر في هذه المقدمة الأمور في نصابها؛ من خلال توضيح الدور الحيوي الذي تؤديه ريادة الأعمال واستكشاف أهميتها الاقتصادية والاجتماعية ودراسة الظروف اللازمة لازدهارها.

يُنظر إلى الأشخاص الذين يصبحون رواد أعمال باعتبارهم أشخاصًا "غير عاديين"؛ فمَن كان يعرف أن كل من مؤسس شركة فيسبوك؛ مارك زوكربيرغ، ومؤسس شركة مايكروسوفت؛ بيل جيتس، والمؤسس المشارك لشركة آبل؛ ستيف جوبز، ومؤسس أوبر ترافيس كالانيك، قد انسحبوا جميعًا من الجامعة؟ أو أن مؤسس مجموعة فيرجن؛ السير ريتشارد برانسون، ومؤسس شركة إيكيا؛ إنغفار كامبراد لم يذهبا إلى الجامعة قط؟

يسلط هذا العمل الضوء على مواطن القوة التي تتمتع بها ريادة الأعمال، مع الإقرار بأوجه القصور التي تعانيها، ويناقش المحاولات التي تبذلها الحكومات (وغالبًا ما تكون مضللة) من أجل تعزيز ريادة الأعمال، كذلك يوضح -ببلاغة- الظروف اللازمة لتصحيح وضع ريادة الأعمال في كل من التيار الاقتصادي والتيار السياسي السائدين.

وقبل كل شيء؛ يقدم تقديرًا -ومدخلًا أساسيًا- لماهية ريادة الأعمال وأسباب احتياجنا إليها وكيفية تشجيع انتشارها.

iea



المركز العربي للأبحاث

رقم 4 الطابق الثاني، شارع أبو عنان، الرباط

الهاتف : 212 5 37 70 79 71

