



قراءة في أدبيات ريادة الأعمال: نحو فهم معمق لتطور المفهوم واقتراحات لبحوث مستقبلية

أ. حسام محمد عمر

محاضر في قسم الإدارة، بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية -

السياسية-جامعة طبرق

جامعة طبرق

hafez.mansour@tu.edu.ly



<https://www.doi.org/10.58987/dujhss.v2i3.11>

تاريخ الاستلام: 2024/01/29 ؛ تاريخ القبول: 2024/02/28 ؛ تاريخ النشر: 2024/03/2

المستخلص

تتناول هذه المراجعة الأدبية تطورات أبحاث ريادة الأعمال، حيث تقوم بتجميع المفاهيم النظرية الرئيسية والنتائج التجريبية لتقديم فهم جيد لهذا المفهوم من حيث التعريف. ثم الانتقال إلى المدارس الفكرية لريادة الأعمال، مثل النظرية التقليدية الحديثة، والنظريات المعاصرة مثل نظرية علم النفس والتأثير، مع تسليط الضوء على الطبيعة الديناميكية لريادة الأعمال. وتتناول المراجعة أيضاً منهجيات البحوث العلمية في مجال ريادة الأعمال. علاوة على ذلك، تناقش الورقة الحالية العوامل التي تؤثر على نجاح ريادة الأعمال، كالعوامل المؤسسية والتنظيمية والقانونية والثقافية على أنشطة ريادة الأعمال. من خلال تقييم الأبحاث الحالية وتسليط الضوء على الثغرات في الأدبيات، تساهم هذه الورقة في تعميق فهم الاتجاهات الحالية في مجال ريادة الأعمال، ثم اقترح البحوث المستقبلية في مجال ريادة الأعمال التي ربما تكون بمثابة مورد قيم للباحثين والممارسين وصانعي السياسات الذين يهتمون بتطورات مشهد ريادة الأعمال.

الكلمات المفتاحية: قراءة، ريادة الأعمال، تطور، اقتراحات، بحوث مستقبلية.

Abstract

This literature review examines developments in entrepreneurship research, synthesizing key theoretical concepts and empirical findings to provide a good understanding of this concept. Then moving on to schools of thought for entrepreneurship, such as neo-classical theory, and contemporary theories such as psychology and influence theory, highlighting the dynamic nature of entrepreneurship. The review also addresses scientific research methodologies in the field of entrepreneurship. Furthermore, the current paper discusses the factors that influence entrepreneurial success, such as institutional, regulatory, legal, and cultural factors on entrepreneurial activities. By evaluating existing research and highlighting gaps in the literature, this paper contributes to deepening the understanding of current trends in the field of entrepreneurship, and then suggesting future research in the field of entrepreneurship that may serve as a valuable resource for researchers, practitioners and policy makers interested in developments in the entrepreneurship landscape.

Keywords: Reading, Entrepreneurship, Development, Suggestions, Future Research



المقدمة

تُعرّف ريادة الأعمال على أنها تحديد واستغلال الفرص التجارية. لذا تعد ريادة الأعمال عاملاً مهماً لخلق فرص العمل، والتقدم الاقتصادي والمجتمعي للدول وزيادة معدل الابتكارات. لذا تحاول الشركات الكبيرة أن تصبح أكثر ريادية في أساليبها وتدعمها حكوماتها لتحقيق ذلك. وبسبب هذه الأهمية، أصبحت ريادة الأعمال مجالاً بحثياً ديناميكياً ومتميزاً (والمجالات هي: ريادة الأعمال العائلية، والأعمال التجارية الصغيرة، وريادة الأعمال الاجتماعية، وريادة الأعمال الدولية / الإقليمية، وريادة الأعمال التنموية، وريادة الأعمال في مجال التعليم) في العديد من الجامعات والمؤتمرات (كسلسلة مؤتمرات بابسون)، والمجلات (كمجلة الأعمال التجارية وريادة الأعمال: النظرية والتطبيق)، والأقسام المهنية (على سبيل المثال، أكاديمية الإدارة) (Frese & Gielnik, 2014).

تنوعت البحوث العلمية التي تركز على ريادة الأعمال من الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع. من العلماء الذين يُنسب إليهم الفضل في تأسيس أبحاث ريادة الأعمال، شومبيتر، حيث كان رواد الأعمال الأفراد هم الهدف الرئيس لأبحاث ريادة الأعمال. ثم تغير مجال ريادة الأعمال خلال الفترة من 1980 إلى 2005، فقد كان الهدف خلال هذه الفترة الزمنية هو شرح ريادة الأعمال باستخدام النظريات الاقتصادية والاستراتيجية. وفي الآونة الأخيرة، اعترف العلماء بأهمية المنظور النفسي لأن "ريادة الأعمال تعتمد في الأساس على شخصية رائد الأعمال كفرد" (Baum et al. 2007).

ووسط كل هذا الاهتمام بهذا النشاط يقف سؤال أساس: ما هي ريادة الأعمال؟ إنَّ الإجابة على هذا السؤال ليست سهلة بالطبع وتقتضي منا البحث في أدبيات ريادة الأعمال. لذا تهدف هذه المراجعة المنهجية للأدبيات إلى تقديم توليفة شاملة من المعرفة الحالية حول ريادة الأعمال، وتبسيط الضوء على النظريات الرئيسية والأنماط الناشئة والتوجهات البحثية المستقبلية. وفي الفقرات اللاحقة، سوف نتعمق في الموضوعات الرئيسية التي انبثقت من الأدبيات، ونستكشف التعريفات المختلفة لريادة الأعمال ودور الابتكار وخلق الفرص، والنماذج والنظريات، والعوامل المؤثرة فيه. وأخيراً جزء خاص بالتوجهات المستقبلية والبحثية التي لا تقدم فقط نظرة شاملة للباحثين فحسب، بل تزود أيضاً الممارسين وصانعي السياسات برؤى قيمة ربما تساعد في خلق بيئة مواتية لتعزيز ريادة الأعمال.



هدف ومبررات الورقة الحالية:

الهدف الأساس من إجراء المراجعة الأدبية حول ريادة الأعمال هو فحص وتجميع المعرفة النظرية والنتائج الحالية في هذا المجال بشكل منهجي. لذا يساعد هذا التقييم في تحديد واستكشاف الأطر النظرية الرئيسية التي تشكل أساس أبحاث ريادة الأعمال. ومن خلال الفحص الدقيق للمفاهيم النظرية والدراسات والمنهجيات، تسعى المراجعة الأدبية إلى تقديم فهم شامل للطبيعة المعقدة والديناميكية لريادة الأعمال وإظهار العوامل المؤثرة على نجاح ريادة الأعمال، بما في ذلك تحديد الفرص، والحصول على الموارد، تسهم المراجعة في تطوير قاعدة معرفية شاملة في هذا المجال.

تتبع مبررات إجراء المراجعة الأدبية من ضرورة سد الثغرة أو الفجوة المعرفية المتعلقة بفهم وتقييم الأبحاث الحالية لريادة الأعمال. لذلك يساعد التقييم النقدي للأدبيات الحالية في تحديد المجالات التي تحتاج إلى مزيد من البحث. كما تساعد هذه المراجعة في تحديد الاتجاهات الحديثة والقضايا المعاصرة في ريادة الأعمال، مما يضمن بقاء البحث الأكاديمي والتطبيقات العملية ذات صلة في متناول يد الباحثين وخصوصاً في البيئة الليبية. علاوة على ذلك، تعد هذه المراجعة بمثابة مورد قيم للباحثين والمحاضرين والممارسين، حيث توفر أساساً للباحثين عند اتخاذ القرارات البحثية القائمة على الأدلة، ومادة تعليمية للمحاضرين في الجامعات، وأداة استرشادية للممارسين عند التخطيط لمشروع ريادي معين. ومن خلال هذه المبررات، تضيف هذه المراجعة الأدبية عمقاً وأهمية لمجال ريادة الأعمال وخصوصاً في البيئة الليبية.

منهجية الورقة الحالية

تضمنت المنهجية المستخدمة في إجراء المراجعة الأدبية المتعلقة بريادة الأعمال بحثاً في قواعد البيانات الأكاديمية والمجلات العلمية والمنشورات ذات الصلة لتحديد الدراسات والأطر النظرية ذات الصلة. تضمنت قواعد البيانات المستخدمة على قوقل الباحث العلمي Google-scholar وسكوبس Scopus، ورسيرش فيت ResearchGate. شملت الخطوة الأولى صياغة هدف الورقة لتوجيه عملية المراجعة الأدبية. وانعكس هذا الهدف في تحديد الكلمات المتنوعة والمتعلقة بريادة الأعمال. فقد استخدم الباحثان الكلمات الرئيسية، مثل "ريادة الأعمال"، و"الفرص"، و"الابتكار"، و"عملية"، و"العوامل المؤثرة وريادة الأعمال" "الأدبيات"، "نماذج و/أو نظريات" "منهجيات" "مراجعات" لتسهيل تحديد المقالات ذات الصلة. كما استخدم عوامل التشغيل المنطقية (NOT، OR، AND) لدمج مصطلحات البحث وتحسينها. وهذا الأمر ساعد في ضمان الحصول على الدراسات المرتبطة مباشرة بموضوع الدراسة الحالية. وبناء على هذا الأجراء قام الباحثان بتجميع ما يقارب 78 مادة بحثية الغالبية العظمى منها مقالات منشورة في مجلات علمية. وبعد



مراجعة المواد البحثية من حيث "العنوان" و "الملخص" وماذا إذا كانت المقالة منشورة في مجلة محكمة وذات معدلات اقتباس جيد حسب Google Scholar، استقري الرأي على استخدام 63 مقالة بحثية وبعض الكتب من عام 1983 إلى عام 2023.

المراجعة المنهجية:

الإطار المفاهيمي لمفهوم ريادة الأعمال:

ريادة الأعمال Entrepreneurship، هو مصطلح متعدد الأوجه، يتضمن روح الابتكار، والمجازفة، وتحديد الفرص. كما يمثل عملية ديناميكية وليس فكرة ثابتة، ويجسد مساعي الأفراد الذين يجروون على استكشاف مناطق مجهولة، وتحدي الوضع الراهن، وخلق القيمة. رواد الأعمال هم القوة الدافعة وراء هذه العملية، حيث يظهرون رؤيتهم ومرونتهم وقدرتهم على التكيف للتغلب على حالات عدم التأكد وتحقيق أفكار جديدة توتي ثمارها في البيئات غير المستقرة. عبر الصناعات والتخصصات والاقتصادات، تعد ريادة الأعمال بمثابة حجر الزاوية للتنمية الاقتصادية، وخلق فرص العمل، والتقدم المجتمعي. إن فهم وجهات النظر والتعاريف المتنوعة لريادة الأعمال يقدم نظرة ثاقبة حول مدى تعقيدها، ويسلط الضوء على دورها المحوري في تشكيل مسرح الأعمال المعاصر ودفع الابتكار.

لقد دخل مصطلح "ريادة الأعمال Entrepreneurship" إلى مفردات الأعمال التجارية في الثمانينيات باعتباره يعادل مصطلح "الحرفانية professionalism"، وهي من الكلمات الإدارية التي كانت رنانة في السبعينيات (Stevenson, 1983, p.1). ولكن المعنى البسيط لريادة الأعمال يتضمن قبول التحديات وإيجاد حلول ابتكارية لمواجهتها. عند تتبع التطور التاريخي لمفهوم ريادة الأعمال نجد أن شومبيتر هو من الأوائل الذين أشاروا إلى أهمية هذا المفهوم في الاقتصاد الرأسمالي. فمن وجهة نظرية الابتكار لجوزيف شومبيتر: عرّف شومبيتر (1934 as cited in Cornia & Stewart, 2014. p 247) ريادة الأعمال بأنها نشاط ابتكاري يتضمن تطبيق أفكار جديدة لإشباع حاجات الزبائن. والمبتكر يجلب سلع وخدمات جديد إلى الاقتصاد، وهذا المبتكر يسمى رائد أعمال "Entrepreneur". ووفقاً لشومبيتر أن ما يميز رائد الأعمال عن الرئيس التنفيذي أو الرأسمالي أو المدير، إن رائد الأعمال ما هو إلا قوة تغير تؤدي إلى نشر الابتكار، وهذا ما يسميه شومبيتر بـ"التدمير الخلاق Creative Destruction" لدرجة أن المشروعات الجديدة التي يخلقها رائد الأعمال تجعل المنتجات أو نماذج الأعمال الحالية! قديمة أو عفي عليها الزمن (Ziegler, 2011, P. 157).



أما بيتر دراكر (1985) Drucker يسلك نفس مسلك شومبيتر، ففي كتابه الابتكار وريادة الأعمال (Innovation and entrepreneurship) إشارة إلى أن الإجابة على السؤال: كيف يمكن تطوير الإدارة لخلق ثروة عظيمة للمجتمع ككل؟ يتطلب كسر العقيدة التقليدية للإدارة والتحول نحو التركيز على الاستجابة للتغيير. لذا فقد عرف دراكر ريادة الأعمال بأنها: الاستجابة للتغيير. وأن رائد الأعمال ما هو إلا شخص يبحث دائماً عن التغيير، ويستجيب له ويستغله كفرصة لخلق سلعة أو تقديم خدمة مختلفة. وأن الابتكار ما هو إلا أحد الأدوات لاستغلال هذا التغيير. فالسلعة أو الخدمة المقدمة ربما لا تكون جديدة، ولكن القيمة المشتقة منها يجب أن تتميز بالابتكار.

أحد أكثر التعاريف شهرة واقتباساً لريادة الأعمال هو الذي قدمه (Shane and Venkataraman, P. 2000) اللذين يعرفان ريادة الأعمال "بأنها اكتشاف الفرص وتقييمها واستغلالها". إن هذا التعريف يشير إلى أن "الفرص" هي المفهوم الرئيس لدراسة ريادة الأعمال. على الرغم من أن هناك مفاهيم أخرى ترتبط بمفهوم ريادة الأعمال منها: خلق القيمة، والابتكار، وتحمل المخاطر، حيث نجد بعض الباحثين (Alvarez & Barney, 2020; Bruyat & Julien, 2001) يعرفون رائد الأعمال بأنه المسؤول عن عملية خلق قيمة، وهو الشخص الذي يخلق ويبني شيئاً ما له قيمة مدركة يتعلق بفرصة ما. أن خلق القيمة والابتكار يشيران إلى أن رائد الأعمال يكتشف الفرص ويقيمها ويستغلها بطرق مختلفة. بينما مفهوم الخطر يعتبر أحد المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال، فوجد Dollinger (2008) يعرف ريادة الأعمال بأنها إنشاء مشروع بهدف النمو في ظل ظروف الخطر وعدم التأكد. ففي البيئة التجارية هناك إمكانية تحقيق النمو، ولكن يقابلها إمكانية التعرض للخسائر، والمخاطر. لذلك هناك خمسة أنواع من المخاطر ترتبط بريادة الأعمال وهي: المخاطر المالية تتعلق بفشل الاستثمار، المخاطر التنافسية تتعلق بعدم القدرة على توقع تصرفات المنافسين، ومخاطر السمعة تتعلق بالصورة السلبية للعلامة التجارية، والمخاطر الطبيعية تتعلق بالكوارث، والمخاطر التشغيلية تتمثل في أخطاء البشر والتكنولوجية والأمن والعمليات (Di Gregorio, 2005).

عند النظر إلى التعريفات الحديثة لريادة الأعمال نجدها أيضاً تتمحور حول اكتشاف الفرص، وهذا ربما يشير إلى نوع من التوافق حول هذا المفهوم. كذلك التعريفات الحديثة تزي ضرورة إدخال عنصر العملية (Process) عند تعريف ريادة الأعمال. فعلى سبيل المثال نجد أن Elia, Margherita & Passiante (2020, P. 3) يعرفان ريادة الأعمال بأنها "عملية تحديد الفرص التجارية المحتملة واستغلالها من خلال إعادة تجميع الموارد الحالية أو خلق موارد جديدة لتطوير وتسويق منتجات وخدمات جديدة".



عند التركيز على تطور تعريفات ريادة الأعمال نجد أنها تتمحور حول استجابةً للمشهد المتغير للأعمال والمجتمع عبر الزمن. ففي البداية ركزت التعريفات في كثير من الأحيان على الجوانب الاقتصادية لريادة الأعمال، مع التركيز على الأنشطة المتعلقة بخلق مشروعات جديدة، وتحمل المخاطر، وتحقيق الأرباح. فعلى سبيل المثال، سلط العمل الأساسي لجوزيف شومبيتر في أوائل القرن العشرين الضوء على ريادة الأعمال كمحرك للتنمية الاقتصادية من خلال إدخال الابتكارات. ومع تطور ريادة الأعمال إلى ما هو أبعد من مجرد خلق مشروعات الأعمال، بدأت التعريفات اللاحقة تتضمن أبعادًا أوسع. كما إن كتابات هوارد ستيفنسون في الثمانينات بتوسيع التعريف ليشمل السعي وراء الفرص وامتلاك الموارد، مما يؤكد على دور الابداع والابتكار (Stevenson, 1983). أضافت وجهة نظر بيتر دراكر Peter Drucker - كما هو موضح سابقاً - ضرورة التركيز على خلق القيمة بواسطة الابتكار، والتأكيد على فهم واشبع حاجات الزبون. وقد استمر الباحثين المعاصرين باتباع نفس منهج السابقين من خلال التركيز على اكتشاف الفرص كمتغير رئيسي في فهم ريادة الأعمال، أنظر دراسة حديثة منها (Ratten, 2023).

غالبًا ما يتمحور انتقاد تعريفات ريادة الأعمال حول محدوديتها في وصف الطبيعة المتعددة الأبعاد لأنشطة ريادة الأعمال. يرى البعض أن معظم التعريفات الحالية تركز فقط على المنظمات الربحية وتتجاهل الأشكال الأخرى من ريادة الأعمال، مثل ريادة الأعمال الاجتماعية أو المستدامة، والتي تهدف إلى خلق تأثير مجتمعي إيجابي إلى جانب المكاسب المالية (Greco & Jong, 2017; Mair & Marti, 2006). بالإضافة إلى ذلك، هناك بعض الانتقادات تتعلق بالغموض في تحديد وقياس أنشطة ريادة الأعمال. كما أن تنوع البيئات والدوافع الفردية لرائد الأعمال والتأثيرات الثقافية يؤدي إلى تعقيد قضية الوصول إلى تعريف شامل. لذا يسلط النقاد الضوء على أن التعريفات الحالية غالبًا ما تتجاهل تعقيدات العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على ريادة الأعمال، والمظاهر المتنوعة لسلوك ريادة الأعمال في مختلف الصناعات والبيئات (Ratten, 2023).

المدارس الفكرية لريادة الأعمال:

لغرض الوصول إلى فهم جيد لمفهوم ريادة الأعمال، ظهرت العديد من النماذج ونظريات متنوعة تسعى إلى تفسير ظاهرة ريادة الأعمال، وديناميكيات إنشاء المشروعات وتحقيق النمو. فيما يلي أهم المدارس الفكرية:



المدرسة التقليدية الحديثة The Neoclassical School

تتمثل هذه المدرسة أفكار الاقتصادي جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter (1883-1950). وتري هذه المدرسة أن الجمع بين الخصائص النفسية والإدارية لرواد الأعمال أمراً أساسياً لفهم سلوكهم (Audretsch, 2003). في دراسة مفهوم الربح الريادي، ورأس المال، والائتمان، وسعر الفائدة، ودورة الأعمال، يقترح شومبيتر Schumpeter نظرية التدمير الخلاق Creative Destruction، تقترح هذه النظرية بأن الشركات الجديدة المفعمة بروح ريادة الأعمال تميل إلى التخلي عن الوظائف والأنشطة الأقل ابتكاراً، مما يؤدي إلى النمو الاقتصادي. ووفقاً لشومبيتر فإنه وظيفة رواد الأعمال هي إصلاح أو إحداث ثورة في نمط الإنتاج من خلال حسن استغلال الاختراعات، أو بشكل أعم، استغلال الإمكانيات التكنولوجية غير المجربة لإنتاج سلعة جديدة أو إنتاج سلعة قديمة بطريقة جديدة (Saiz-Alvarez & García- Vaquero, 2018). وفقاً لهذه المدرسة فإن هوية رواد الأعمال تتحدد من خلال تركيزهم على تبني الابتكار واستراتيجيات الأعمال الجديدة التي يمكن أن تتخذ أشكالاً متعددة منها: (1) إدخال أساليب إنتاج جديدة لزيادة الإنتاجية والكفاءة والأرباح؛ (2) تقديم سلع جديدة أو سلع حالية بجودة جديدة؛ (3) فتح أسواق جديدة؛ (4) الحصول على مصادر جديدة لتوريد مواد أولية جديدة أو سلع شبه مصنعة؛ و(5) الدخول إلى مجالات أو قطاعات جديدة في السوق. باختصار، يقوم رواد الأعمال بتحديد الفرص، وتجميع الموارد المطلوبة، وتنفيذ خطة عمل عملية، وتحقيق أرباح في الوقت المناسب وبطريقة مرنة (Saiz-Alvarez & García-Vaquero, 2018).

كما تري هذه النظرية أن رواد الأعمال يسعون إلى التنبؤ بالتغيير ومن ثم اعد خطة عمل داخل الأسواق التي تتميز بالديناميكية وعدم التأكد. ووفقاً لهذه المدرسة الفكرية، فإن ظروف السوق الحرة تحدد المنافسة في الأسواق العالمية، ومن ثم فإن تدخل الحكومات يعتبر أمراً سلبياً، لأنه يقوض قدرة الشركات الخاصة من الوصول إلى الموارد الاقتصادية. ونتيجة لذلك في نظام السوق الحر، أصبح رواد الأعمال محصنين من سيطرة البيروقراطية العقلانية، حيث يمكن تعريف رواد الأعمال بأنهم المتخصصون الذين يكتشفون فرص تجارية جديدة، بعد الأخذ في الاعتبار المخاطر التجارية والمالية، مما يترتب عن ذلك خلق نشاط اقتصادي جديد، متمثل في إنشاء منظمات أعمال جديدة. (Reynolds, 2005)

بالنسبة لهذه المدرسة، يجب على رواد الأعمال التنافس عالمياً، من خلال التفكير الموجه عالمياً والعمل محلياً ("العولمة"). ولذلك، يجب على رواد الأعمال إبقاء تكاليف العمال متسقة مع الإنتاجية، كما يجب عليهم تحقيق زيادة مستمرة في الإنتاج لتلبية احتياجات السوق الحالية، والدخول في أسواق جديدة. إذا لم



يمكن رواد الأعمال من تحقيق هذا النمو المستمر، فهناك خطر ركود الأعمال، وهو ما يضر أصحاب المصالح في الشركة. كما ترى هذه المدرسة أن رواد الأعمال عبارة عن منسقين ومضاربين، وكذلك هم قوة الإنتاج الرئيس في الاقتصاد، هم دائماً مضاربون، حيث يتعاملون مع ظروف عدم التأكد المستقبلية، لذلك من المهم بالنسبة لهم أن ينجحوا في تصحيح توقعهم لأحداث عدم التأكد (Saiz-Alvarez & García-). (Vaquero, 2018). أخيراً خلاصة مدرسة الشومبيترانية هي: غياب رواد الأعمال يعني غياب الابتكار يعني غياب ديناميكية وتطور السوق.

المدرسة الكينزية الحديثة:

تُعد ريادة الأعمال فكرة هامشي في المدرسة الكينزية الحديثة، حيث إن أسواق العمل تتعامل فقط مع نماذج كفاءة الأجور (Bula, 2012). ولكن ترى هذه النظرية أن تطبيق السياسات العامة الخاصة بدعم القطاع الخاص يولد الأثر التكاملي، فعند زيادة الإنفاق العام، يرافقه زيادة في معدل ظهور رواد أعمال جدد. فالمشاهدات تشير إلى أن زيادة حصة السلع الاجتماعية والعامة يرافقه انخفاض في نشاط ريادة الأعمال، مع تأكيد على وجود علاقة سلبية بين إجمالي الاستهلاك الحكومي ونشاط ريادة الأعمال (Saiz-Alvarez & García-Vaquero, 2018).

ترى النظرية الكينزية الحديثة أن رواد الأعمال يستفيدون من الانفاق العام والاستثمار. في الواقع، تعمل الوظائف الكينزية للحكومة على تحفيز الطلب على السلع والخدمات من خلال المشتريات وإعادة توزيع الدخل؛ بينما تعمل سياسة شومبيتر الاقتصادية التي تنتهجها الحكومة على خفض تكلفة الابتكار من خلال التشريعات التنظيمية الداعمة، والإعانات الخاصة بدعم البحوث والتطوير والابتكار، والحصول على التكنولوجيا باهظة الثمن والجديدة. إن هاتين المدرستين الفكريتين تتكاملين مع المدرسة القائمة على علم النفس، حيث تتشكل ريادة الأعمال من مزيج من الفكر الاقتصادي والنفسي (Saiz-Alvarez & García-Vaquero, 2018).

المدارس القائمة على علم النفس:

فيما يتعلق بريادة الأعمال، يمكن التمييز بين خمس مدارس فكرية، على النحو التالي: أولاً المدرسة الوظيفية Functionalism، يسعى المنظرون في هذه المدرسة إلى شرح الأفكار، وعملية التعلم، والغرائز، والقرارات التي تصف ببساطة ما يفعله رواد الأعمال، دون السؤال عن كيفية القيام بذلك. وبهذا المعنى من المثير للاهتمام الربط بين فكرة الوظيفية والمرونة، حيث إن السلوك المحكوم بالقواعد يجعل الناس غير



حساسين للطوارئ، ومن ثم يمكن تحقيق قدرة عالية من المرونة. ثانياً المدرسة السلوكية Behaviorism تركز المدرسة السلوكية على السلوك الإنساني، لذا فمنظرو هذه النظرية يسعون إلى تحليل الأسباب التي تدفع رواد الأعمال باتخاذ تصرف معين. ثالثاً مدرسة الجشطالت Gestalt، يري منظرو هذه المدرسة أن العقل البشري يقوم بتفسير البيانات من خلال العديدة من المعايير والقوانين والمبادئ تنظيمية، ومن ثم كل جزء يفسر البيانات من زاوية معينة إلى أن يصل العقل إلى معلومات متكاملة. وهذا التكامل في المعلومات يُعد أمراً ضرورياً لصناعة قرارات تعاني من معلومات غير كاملة أو غير متماثلة، كما هو معتاد في العمليات اليومية التي تقوم بها الشركات. رابعاً مدرسة علم النفس الإنساني Humanistic Psychology، قائمة هذه المدرسة على الدوافع الإنسانية وإشباع الحاجات، والتي لها تأثير على رواد الأعمال، حيث تري هذه المدرسة أن تحقيق أهداف الشركة هو أحد مصادر السعادة والرضا لدي رواد الأعمال. خامساً المدرسة المعرفية Cognitivism تركز هذه المدرسة كيفية تفكير رواد الأعمال. بمعنى أنها تركز على التقييم والمعالجة والذاكرة في عقا الإنسان. فالمعرفة السابقة لرواد الأعمال تتكامل مع المعرفة الجديدة مما يساعد في اكتشاف وتحديد واستغلال الفرص التسويقية (Saiz-Alvarez & García-Vaquero, 2018).

نظريات أخرى:

لغرض الوصول إلى فهم جيد لمفهوم ريادة الأعمال، ظهرت العديد من النماذج ونظريات متنوعة تسعى إلى تفسير سلوك ريادة الأعمال، وصنع القرار، وديناميكيات إنشاء المشروعات وتحقيق النمو. أحد الأطر النظرية البارزة هو نظرية التأثير التي اقترحها Sarasvathy (2001)، والتي تركز على كيفية استخدام رواد الأعمال لمواردهم الحالية والخطط الطارئة لمواجهة عدم التأكد وتحقيق الأهداف. تشدد نظرية التأثير على العملية التكرارية لصنع القرار، حيث يستفيد رواد الأعمال من وسائلهم الخاصة يملكون فيها خبرات متراكمة في خلق فرص جديدة بدلاً من الاعتماد فقط على الاستراتيجيات التنبؤية. توفر هذه النظرية رؤى قيمة حول العمليات المعرفية واستراتيجيات التكيف التي يستخدمها رواد الأعمال في بيئات تتسم بعدم التأكد.

هناك منظور مؤثر آخر في ريادة الأعمال وهو وجهة النظر القائمة على الموارد (RBV) التي قدمها Barney (1991)، والتي تؤكد على الأهمية الإستراتيجية للموارد والقدرات المميزة للشركة في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. تشدد وجهة النظر القائمة على الموارد RBV على دور الموارد الداخلية مثل الملكية الفكرية ورأس المال البشري والمعرفة التنظيمية في تشكيل الوضع التنافسي للشركة داخل السوق. كما تسلط هذه النظرية الضوء على أهمية الاستفادة من نقاط القوة الداخلية لخلق القيمة وتحقيق النجاح على المدى الطويل.



بالإضافة إلى ذلك، تسهم النظرية المعرفية الاجتماعية كما حددها Bandura (1986) في فهم السلوك الريادي من خلال التأكيد على دور العمليات المعرفية، ومعتقدات الكفاءة الذاتية، والتعلم القائم على الملاحظة في تشكيل تصرفات الأفراد الريادية. تلعب النظرية المعرفية الاجتماعية دوراً في تفسير كيفية تفاعل العوامل الشخصية والعوامل البيئية في التأثير على عملية صنع القرار للفرد وتشكيل سلوكه في بيئات ريادة الأعمال. يوفر هذا النهج نظرة جيدة حول العوامل النفسية الكامنة وراء نوايا وسلوكيات ريادة الأعمال.

وعلى النقيض من النظريات التي تركز على الفرد، فإن النظرية المؤسسية، كما وصفها DiMaggio and Powell (1983)، تبحث في دور البيئات المؤسسية والمعايير والبيئات التنظيمية في تشكل سلوك ريادة الأعمال والممارسات التنظيمية. تؤكد النظرية المؤسسية على تأثير القوى المجتمعية والمؤسسية على استراتيجيات وتصرفات مشاريع ريادة الأعمال، وتسليط الضوء على كيفية تأثير العوامل الخارجية على أنشطة ريادة الأعمال ضمن بيئات اجتماعية واقتصادية محددة.

علاوة على ذلك، فإن إطار اكتشاف الفرص، الذي دعا إليه Shane and Venkataraman (2000)، يؤكد على العملية التي من خلالها يقوم رواد الأعمال بتحديد وتقييم الفرص المتاحة في السوق. يسلط هذا الإطار الضوء على الجوانب المعرفية للتعرف على الفرص، مع التركيز على قدرة الفرد على التعرف على الفرص واستغلالها بناءً على الخبرات والمعرفة والأنماط المعرفية السابقة.

في الختام، في حين أن هذه النظريات والنماذج تقدم وجهات نظر متنوعة لفهم ديناميكيات ريادة الأعمال، إلا أنه هناك نقاط قوة وقيود حول هذه النظريات. إن تركيزنا حول مساهمتهم الجماعية تثري فهمنا لسلوك ريادة الأعمال وعمليات صنع القرار، إلا أن الفهم الشامل لريادة الأعمال يتطلب اتباع منهج تكاملي يجمع بين التأثيرات الداخلية والخارجية على أنشطة ريادة الأعمال.

أنواع وأشكال ريادة الأعمال:

ترتسم ريادة الأعمال في أنواع وأشكال مختلفة، مما يعكس مجموعة متنوعة من المشاريع والمبادرات ضمن نطاق ريادة الأعمال. أحد الأشكال البارزة هي ريادة الأعمال الاجتماعية social entrepreneurship، التي تتميز بخلق مشروعات أو مشاريع ينصب التركيز الأساس على معالجة القضايا الاجتماعية أو القضايا البيئية من خلال اتباع نماذج أعمال تركز على التنمية المستدامة (Saebi, Foss, & Linder, 2019). يهدف رواد الأعمال الاجتماعيون إلى إحداث تغيير مجتمعي إيجابي من خلال ابتكار حلول للمشاكل الاجتماعية الملحة، وغالبًا ما يستخدمون استراتيجيات الأعمال الإبداعية التي

تعطي الأولوية للتأثير الاجتماعي إلى جانب الاستدامة المالية. قد تتخذ هذه المشاريع شكل منظمات غير ربحية، أو مؤسسات اجتماعية، أو نماذج أعمال هجينة تمزج بين الأنشطة التجارية والمهام الاجتماعية.

نوع آخر مهم من ريادة الأعمال هو ريادة الأعمال في الشركات corporate entrepreneurship (وتسمى أحياناً الريادة المؤسسية)، والتي تتضمن أنشطة ريادة الأعمال داخل الشركات القائمة أو المنظمات الكبيرة (Phan et al, 2009). يعمل رواد الأعمال في الشركات أو "رواد الأعمال الداخليين" ضمن حدود الشركات القائمة، ويسعون إلى الابتكار، أو تطوير منتجات جديدة، أو استكشاف أسواق جديدة، أو إنشاء شركات ناشئة داخلية أو فرعية. وتعزز المبادرات في هذا النوع من الريادة ثقافة الابتكار وتحمل المخاطر داخل الشركات القائمة، بهدف زيادة النمو والقدرة التنافسية والتكيف مع ديناميكيات السوق المتغيرة.

علاوة على ذلك، تمثل ريادة الأعمال الناشئة القابلة للتطوير أو التوسع scalable startup entrepreneurship نوع من المشروعات التي تهدف إلى النمو السريع وقابلية التوسع في فترة قصيرة نسبياً. تعمل هذه الشركات الناشئة عادة في القطاعات التي تعتمد على التكنولوجيا، مثل تكنولوجيا المعلومات، أو التكنولوجيا الحيوية، أو التكنولوجيا المالية، وتستفيد من نماذج الأعمال المبتكرة والتقنيات الثورية لاختراق الأسواق وتحقيق نمو كبير (Susilo, 2020). غالباً ما يسعى رواد الأعمال في الشركات الناشئة إلى الحصول على التمويل من أصحاب رؤوس الأموال الاستثمارية أو المستثمرين الملائكيين لدعم مسار نموهم، مع التركيز على توسيع حصتهم في السوق وتحقيق عوائد كبيرة على الاستثمار.

عند مراجعة أشكال ريادة الأعمال في الأدبيات ذات العلاقة، يبدو أن هناك نوعاً من التقارب الديناميكي بين أشكال ونماذج ريادة الأعمال التي تهدف بشكل عام إلى التطور والاستدامة. فتبرز ريادة الأعمال الاجتماعية كمحفز هائل للتغيير المجتمعي، وهو ما يتجلى في الاعتماد المتزايد للهياكل التنظيمية الهجينة والاستثمار المؤثر. فنجد أن Mair and Marti (2006) يسلط الضوء على إمكانات المؤسسات الاجتماعية لتحقيق تأثير مفيد من خلال دمج الأنشطة التجارية مع المهام الاجتماعية، مع التركيز على أهمية آليات التمويل المبتكرة التي حددها Nicholls et al (2015) في تمكين مثل هذه المشاريع في التغيير الاجتماعي. ويمثل هذا التكامل بين الاستدامة المالية والأهداف الاجتماعية تحولا كبيرا، مما يدل على اندماج الربحية والنتائج الاجتماعية الإيجابية لها أهمية كبيرة في أنشطة ريادة الأعمال. علاوة على ذلك، فإن ريادة الأعمال في الشركات، كما يراها Chesbrough (2006)، يؤكد على أهمية تطوير ريادة الأعمال الداخلية وتشجيع الابتكار المفتوح داخل المنظمات القائمة. تؤكد هذه الدراسة على دور تمكين الموظفين والتعاون مع الشركاء الخارجيين في رعاية ودعم ثقافة ريادة الأعمال وتعزيز القدرة على التكيف والابتكار داخل أطر



الشركات. بالإضافة إلى الدور المهم للشركات الناشئة التي تعتمد على التكنولوجيا عالية النمو، كما أشار Brown et al (2018)، إلى أهمية الدور المحوري لمصادر التمويل الخارجية، مثل رأس المال الاستثماري، والمستثمرون في التحفيز السريع للسوق والتقدم التكنولوجي. ومع ذلك، في حين أن هذه التطورات الأخيرة تؤكد الطبيعة المتعددة الأوجه لريادة الأعمال المعاصرة، إلا أن هناك ما يبرر إلى إجراء المزيد من الاستكشاف للتأكد من استدامتها على المدى الطويل وتأثيرها المجتمعي وسط التحديات العالمية كالأزمات والحروب.

العوامل المؤثرة في ريادة الأعمال:

تؤثر العديد من العوامل على مشهد ريادة الأعمال وكيفية تشكله، من هذه العوامل هي العوامل الفردية، والبيئية، والاجتماعية، والاقتصادية. تلعب الخصائص والسمات الفردية دورًا محوريًا في مساعي ريادة الأعمال لتحقيق أهدافها. من الأبحاث الحديثة التي أجراها Chatterjee & Das (2015) تؤكد على أهمية العوامل النفسية، مثل السمات الشخصية (على سبيل المثال، الانفتاح على الابتكار، والاستقلالية التفاوضية) ونوايا ريادة الأعمال، في تحفيز أنشطة ريادة الأعمال. كما تعد الخلفيات التعليمية والخبرات السابقة من العوامل الحاسمة التي تؤثر على استعداد الأفراد للانخراط في مشاريع ريادة الأعمال (Fayolle & Gailly, 2015). علاوة على ذلك، فقد حظيت الإدراكات الشخصية والمعايير الاجتماعية والثقافية المحيطة بريادة الأعمال بالاهتمام في الدراسات الحديثة. تؤثر العوامل الثقافية والاتجاهات المجتمعية تجاه تحمل المخاطرة والفشل وريادة الأعمال بشكل كبير على انتشار أنشطة ريادة الأعمال داخل المجتمع (Goel et al. 2007). تسلط هذه الدراسات الضوء على التفاعل المعقد بين السمات على المستوى الفردي والمعايير المجتمعية في تشكيل سلوك رواد الأعمال.

تلعب كذلك العوامل البيئية والمؤسسية أيضًا تأثيرًا كبيرًا على ريادة الأعمال. تؤثر البيئة التنظيمية والسياسية بشكل كبير على أنشطة ريادة الأعمال داخل المنطقة أو البلد. الدراسات الحديثة التي أجراها (Henrekson 2014; Stenkula, 2010; Serafimovska & Sotiroski, 2014) سلطت الضوء على دور الأطر المؤسسية والأنظمة القانونية والسياسات الحكومية في تعزيز أو إعاقة ريادة الأعمال. تعد البيئات التنظيمية الداعمة، والوصول إلى التمويل، والسياسات الصديقة لريادة الأعمال مفيدة في تسهيل مبادرات ريادة الأعمال وتعزيز النظام البيئي الملائم للشركات الناشئة والشركات الصغيرة. بالإضافة إلى ذلك، برز وجود نظم بيئية قوية لريادة الأعمال تشتمل على الشبكات وفرص الوصول إلى الموارد كعامل حاسم في التأثير على نجاح ريادة الأعمال (Isenberg, 2011). تؤكد الأبحاث الحديثة التي أجراها Audretsch and Belitski



(2020) على دور النظم البيئية لريادة الأعمال في تشكيل نمو واستدامة مشاريع ريادة الأعمال، مع تسليط الضوء على أهمية البيئة الداعمة في تعزيز ريادة الأعمال.

تؤثر الظروف الاقتصادية وديناميكيات السوق أيضًا بشكل كبير على أنشطة ريادة الأعمال. تؤثر المؤشرات الاقتصادية، مثل نمو الناتج المحلي الإجمالي ومعدلات البطالة وفرص السوق، على قرارات الأفراد بالانخراط في جهود ريادة الأعمال (Acs et al., 2018). كما تشكل ظروف السوق والتقدم التكنولوجي والاضطرابات الصناعية ظهور ونمو المشاريع الريادية. تؤكد الدراسات الحديثة التي أجراها Si et al (2023) على تأثير التغيرات التكنولوجية والرقمنة على ريادة الأعمال، مع تسليط الضوء على دور الابتكار واعتماد التكنولوجيا في التأثير على أنشطة ريادة الأعمال في الاقتصادات الرقمية.

في حين أن كل دراسة توفر رؤى قيمة، فإن اتباع منهج متكامل يأخذ في الاعتبار الترابط بين هذه العوامل من شأنه أن يعزز فهمنا لريادة الأعمال ضمن سياقات متعددة الأوجه، وربط السمات الفردية، والبيئات الاجتماعية والثقافية، والأطر المؤسسية، والديناميكيات الاقتصادية لتحديد سلوك ونتائج ريادة الأعمال بشكل شامل.

منهجيات البحوث العلمية في مجال ريادة الأعمال:

تظهر المنهجيات المستخدمة في أبحاث ريادة الأعمال نقاط قوي وبعض القيود، وتعرض مجموعة متنوعة من الأدوات من الأساليب المستخدمة لفهم تعقيدات ظاهرة ريادة الأعمال. الأساليب أو الطرق الكمية، كما هو مشاهد في الدراسات التي أجراها Blenker et al (2014) و Longva & Foss (2018)، توفر الطرق الكمية بيانات رقمية، وتمكن الطرق الكمية الباحثين من تحديد الاتجاهات والعلاقات والأنماط في سلوكيات ريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن الاعتماد فقط على الطرق الكمية قد يتجاهل البيانات الكثيفة المتعلقة بالعوامل القرينة المتعلقة بريادة الأعمال والجوانب المعقدة لتجارب ريادة الأعمال. في حين تقدم الطرق النوعية، التي أبرزها البحث الذي أجراه Shastri, Shastri, & Pareek (2019)، رؤى متعمقة حول التجارب الحياتية والدوافع والتحديات التي يواجهها رواد الأعمال. في حين أن المنهجيات النوعية توفر بيانات معمقة والجوانب القرينة، فإنها الطرة النوعية غالبًا ما تتطلب أحجام عينات صغيرة، مما يحد من إمكانية التعميم. بالإضافة إلى ذلك، قد يؤدي التفسير الذاتي (الشخصي) للبيانات النوعية إلى تحيز الباحث عند تفسير النتائج المتعلقة بريادة الأعمال.



علاوة على ذلك، فإن تكامل الطرق المختلطة (الكمية والنوعية معاً)، كما هو موضح في الدراسات التي أجراها Molina-Azorín et al (2012)، يقدم فرصة للجمع بين نقاط القوة في المنهجيات الكمية والنوعية وتغادي نقاط الضعف، مما يوفر فهماً أكثر شمولاً لظواهر متعددة في مجال البحث العلمي في ريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن تنفيذ البحوث ذات الأساليب المختلطة يمكن أن يتطلب موارد كبيراً ويتطلب خبرة في التحليل النوعي والكمي. يوفر البحث التجريبي، كما أوضح Williams et al (2019)، أوضاع خاضعة للتحكم والضبط لفحص العلاقات السببية في عملية صنع القرار في مجال ريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن الطبيعة الاصطناعية للتجارب ربما لا تعكس بشكل كامل مدى تعقيد سيناريوهات ريادة الأعمال في العالم الحقيقي. منهجيات البحوث الإجرائية Action research، التي يمثلها Leitch (2019)، تتضمن دمج الممارسة والنظرية لحل المشكلات في مجال ريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن مشاركة المشاركين في البحث (عينة البحث) قد تؤثر على قضية الموضوعية والدقة العلمية. بشكل عام، في حين أن كل منهجية في أبحاث ريادة الأعمال تقدم رؤى فريدة من نوعها، فإن التكامل المدروس للمنهجيات المتنوعة يمكن أن يعالج القيود ويثري عمق واتساع الفهم داخل هذا المجال.

الاتجاهات الحالية والبحوث المستقبلية لريادة الأعمال:

أولاً: الاتجاهات الحالية في مجال ريادة الأعمال:

تشير الاتجاهات الحالية في ريادة الأعمال إلى تطور هذا الحقل بسبب عدد من قوي التغيير، منها التقدم التكنولوجي، وديناميكيات السوق المتغيرة، والتحويلات المجتمعية. وقد أدى ظهور ريادة الأعمال الرقمية واستخدام التقنيات المبتكرة إلى إعادة تعريف نماذج الأعمال واستراتيجيات السوق. من المواضيع الحديثة التي أجراها Sussan and Acs (2017) الذين سلطوا الضوء على ظهور ريادة الأعمال الرقمية Digital Entrepreneurship، مع التركيز على استخدام المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية والحلول القائمة على التكنولوجيا كمحفزات لخلق مشروعات جديدة وإحداث تغيير في السوق. علاوة على ذلك، فإن دمج الذكاء الاصطناعي وقدرة الآلة على التعلم Machine Learning في مشروعات ريادة الأعمال قد حظي بالاهتمام، كما هو موضح في الكتابات التي نشرها Hassan & Moaraj (2022)، يوضح كيف تعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تبسيط العمليات وتعزيز عمليات صنع القرار وزيادة الكفاءة، ومن ثم التأثير على مشهد ريادة الأعمال.

بالإضافة إلى ذلك، أصبحت القضايا المتعلقة بالاستدامة والأثر الاجتماعي من الاعتبارات المهمة في مشروعات ريادة الأعمال. فالتركيز المتزايد على ريادة الأعمال الموجهة نحو الاستدامة، كما هو مبين في



دراسات حديثة كدراسة Méndez–Picazo, Galindo–Martín, & Castaño–Martínez (2021)، الذين يوضحون الاتجاه الشركات نحو دمج الأهداف البيئية والاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية عند التركيز على ريادة الأعمال والتنمية المستدامة. كذلك تشير الاتجاهات الحالية في مجال ريادة الأعمال أن هناك تركيز متزايد من رواد الأعمال على خلق مشروعات تعالج التحديات المجتمعية مع ضمان الربحية والتأثير المجتمعي الإيجابي لهذه المشروعات، أنظر على سبيل المثال كتابات Konda, Starc, & Rodica (2015). علاوة على ذلك، فإن مفهوم "ريادة الأعمال الشاملة Inclusive Entrepreneurship" (Bakker & McMullen, 2023)، من الموضوعات المهمة في هذا الحقل، التي تدعو إلى تعزيز التنوع والمساواة والشمول في خلق مشروعات ريادة الأعمال. تهدف سياسة ريادة الأعمال الشاملة إلى تقليل الحواجز، وتوفير الفرص لكافة الفئات الشرائح المجتمعية. هذا الأمر يؤدي إلى ضمان حصول جميع فئات المجتمع، بغض النظر عن خصائصهم الشخصية وخلفياتهم، على فرصة متساوية لبدء أعمالهم التجارية الخاصة بهم وإدارتها.

وبالنظر إلى الاتجاهات المستقبلية، فإنه من المتوقع توسع دور ريادة الأعمال في مواجهة التحديات العالمية. حيث تناقش الدراسات الحديثة، مثل تلك التي أجراها (Embry, Jones, & York, 2019; Haldar & Tripathi, 2023; Mishra & Pandey, 2023)، إمكانات ريادة الأعمال في معالجة التحديات المجتمعية الكبرى مثل: تغير المناخ والطاقة المتجددة والرعاية الصحية والتنمية المستدامة. تؤكد هذه الدراسات على الحاجة إلى حلول ريادية لمعالجة المشاكل المعقدة، وتدعو إلى التعاون متعدد التخصصات وأساليب مبتكرة. بالإضافة إلى ذلك، فإن مفهوم "النظم البيئية الرقمية لريادة الأعمال Digital Entrepreneurial Ecosystems" الذي ناقشه عدد من الباحثين (Bejjani, Göcke, Menter, Zahra, Liu & Si, 2023)، من خلال تطور فهم حول تأثير التحول الرقمي على ريادة الأعمال. من المرجح أن يركز هذا المسار المستقبلي لريادة الأعمال الرقمية على نتائج وعمليات ريادة الأعمال والبحث عن الوسائل المناسبة لخلق القيمة الرقمية.

ثانياً: البحوث المستقبلية في مجال ريادة الأعمال:

تشير الاتجاهات البحثية المستقبلية في مجال ريادة الأعمال إلى إمكانية بحث ودراسة العديد من المجالات الرئيسية التي تعكس الطبيعة الديناميكية والمتطورة لأنشطة ريادة الأعمال. أحد المجالات المهمة التي تحتاج إلى المزيد من الاستكشاف تتمثل في ريادة الأعمال في التكنولوجيات الناشئة. الدراسات الحديثة (Polas, Rawhouser et al. 2022; 2022) تشير إلى أن دمج تقنية سلسلة الكتل Blockchain في مشاريع



ريادة الأعمال هو أحد المجالات المهمة التي تتطلب المزيد من البحث والدراسة وخصوصاً في الدول النامية. إن فهم الكيفية التي تساعد بها تقنية سلسلة الكتلة في إحداث ثورة في نماذج الأعمال، وتسهيل المعاملات الآمنة، وتحويل الصناعات التقليدية، هي مجالات بحثية مستقبلية في ريادة الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، هناك حاجة إلى المزيد من البحوث في دور الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) في ريادة الأعمال، كما اقترح عدد من الباحثين (Yemenici, 2022) إلى الحاجة إلى فهم دور ريادة الأعمال في خلق الوظائف وتحسين التجارة الإلكترونية، وفرص خلق المشروعات الجديدة.

علاوة على ذلك، هناك حاجة إلى المزيد من البحوث المستقبلية حول معرفة تأثير الاهتمام المتزايد بالاستدامة البيئية على أنشطة ريادة الأعمال. وقد حفزت الحاجة إلى مواجهة المخاوف المتزايدة حول تغير المناخ والاستدامة إلى المزيد من البحوث حول نماذج ريادة الأعمال البيئية والاقتصاد الدائري (Suchek, 2022; Ferreira, & Fernandes, 2022). البحث الذي Sun et al (2020) يدعو إلى تركيز الجهود البحثية بشكل أكبر على دور ريادة الأعمال في تعزيز المبادرات الموجهة نحو التنمية المستدامة. إن استكشاف كيفية قيام رواد الأعمال في تحقيق ممارسة الاستدامة البيئية، وكيفية تبني التقنيات الخضراء، مبادئ الاقتصاد الدائري في مشاريعهم يمثل اتجاهات بحثية مهمة في مجال ريادة الأعمال.

أخيراً، هناك اهتمام متزايد عن استكشاف الجوانب الاجتماعية والثقافية في ريادة الأعمال. هناك حاجة ملحة إلى المزيد من الأبحاث المستقبلية حول فهم دور الذكاء الثقافي Cultural Intelligence في نجاح ريادة الأعمال، كما اقترح عدد من الباحثين (Kromidha et al. 2022; Liu et al. 2021) إلى الحاجة للمزيد من البحث في كيفية نقل رواد الأعمال للتنوع الثقافي، والاستفادة من فرص السوق وتحقيق ميزة تنافسية، وتكييف استراتيجياتهم مع البيئات المؤسساتية والثقافية المتنوعة، وهذا بدوره يسهم بشكل كبير في فهم الفروق الدقيقة في ريادة الأعمال عبر الثقافات. علاوة على ذلك، فإن تأثير التحولات المجتمعية والديموغرافية، مثل: شيخوخة السكان وديناميكيات القوى العاملة المتغيرة، على أنشطة ريادة الأعمال، كما أبرزها Ratten (2019)، يمكن أن يكون مجالاً بحثياً للبحث عن دوافع ريادة الأعمال، وسلوكياتها وتكيف نماذج ريادة الأعمال مع التغيرات المجتمعية والديموغرافية.



المراجع

1. Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: An ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 501–514.
2. Alvarez, S., & Barney, J. B. (2020). Has the concept of opportunities been fruitful in the field of entrepreneurship?. *Academy of Management Perspectives*, 34(3), 300-310.
3. Audretsch, D. B. (2003). *Entrepreneurship. A Survey of the Literature*. Enterprise Papers, 14. Brussels, Belgium: European Commission.
4. Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 45(3), 759–772.
5. Bakker, R. M., & McMullen, J. S. (2023). Inclusive entrepreneurship: A call for a shared theoretical conversation about unconventional entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 38(1), 106268.
6. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
7. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
8. Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). *Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction*. The psychology of entrepreneurship, 1, 18.
9. Bejjani, M., Göcke, L., & Menter, M. (2023). Digital entrepreneurial ecosystems: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 189, 122372.
10. Blenker, P., Trolle Elmholdt, S., Hedeboe Frederiksen, S., Korsgaard, S., & Wagner, K. (2014). Methods in entrepreneurship education research: a review and integrative framework. *Education+ Training*, 56(8/9), 697-715.
11. Brown, J. D., Earle, J. S., Kim, M. J., & Lee, K. M. (2018). High-growth entrepreneurship. Available at SSRN 3208226.
12. Bruyat, C., & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(2), 165-180.
13. Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, 1(11), 81–96.
14. Burns, P. (2008). *Corporate entrepreneurship*. Palgrave Macmillan.
15. Chatterjee, N., & Das, N. (2015). Key psychological factors as predictors of entrepreneurial success: A conceptual framework. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21(1), 102.
16. Chesbrough, H. (2006). Open innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation. *Open innovation: Researching a new paradigm*, 400, 0-19.
17. Cornia, G. A., & Stewart, F. (Eds.). (2014). *Towards human development: New approaches to macroeconomics and inequality*. OUP Oxford.
18. Di Gregorio, D. (2005). Re-thinking country risk: insights from entrepreneurship theory. *International Business Review*, 14(2), 209-226.



19. DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
20. Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship*. Lombard, IL: Marsh Publications.
21. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row Publishers.
22. Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological forecasting and social change*, 150, 119791.
23. Embry, E., Jones, J., & York, J. G. (2019). 21. Climate change and entrepreneurship. *Handbook of Inclusive Innovation*, 377.
24. Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
25. Goel, A., Vohra, N., Zhang, L., & Arora, B. (2007). Attitudes of the youth towards entrepreneurs and entrepreneurship: A cross-cultural comparison of India and China. *Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*, 3(1), 0_1.
26. Haldar, S., & Tripathi, T. (2023). What besets entrepreneurs in renewable energy sector?—Insights from the Indian state of Gujarat. *International Journal of Energy Sector Management*, 17(2), 209-226.
27. Hassan, A., & Al Moaraj, A. M. H. A. (2022). The Role of Artificial Intelligence in Entrepreneurship. In *Artificial Intelligence for Sustainable Finance and Sustainable Technology: Proceedings of ICGER 2021 1* (pp. 530-542). Springer International Publishing.
28. Henrekson, M., & Stenkula, M. (2010). *Entrepreneurship and public policy* (pp. 595-637). Springer New York.
29. Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 413-438.
30. Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*, 12, 1–42.
31. Konda, I., Starc, J., & Rodica, B. (2015). Social challenges are opportunities for sustainable development: tracing impacts of social entrepreneurship through innovations and value creation. *Economic Themes*, 53(2), 211-229.
32. Kromidha, E., Altinay, L., Kinali Madanoglu, G., Nurmagambetova, A., & Madanoglu, M. (2022). Cultural intelligence, entrepreneurial intentions and the moderating role of the institutional environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(6), 1581-1608.
33. Leitch, C. (2007). An action research approach to entrepreneurship. *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship*, 144, 169.
34. Liu, F., Wu, X., Xu, J., & Chen, D. (2021). Examining cultural intelligence, heritage responsibility, and entrepreneurship performance of migrant homestay inn entrepreneurs:



- A case study of Hongcun village in China. *Journal of hospitality and Tourism Management*, 48, 538-550.
35. Longva, K. K., & Foss, L. (2018). Measuring impact through experimental design in entrepreneurship education: A literature review and research agenda. *Industry and higher education*, 32(6), 358-374.
 36. Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
 37. Mishra, A., & Pandey, N. (2023). Global entrepreneurship in healthcare: A systematic literature review and bibliometric analysis. *Global Business and Organizational Excellence*.
 38. Molina-Azorín, J. F., López-Gamero, M. D., Pereira-Moliner, J., & Pertusa-Ortega, E. M. (2012). Mixed methods studies in entrepreneurship research: Applications and contributions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(5-6), 425-456.
 39. Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A., & Castaño-Martínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 69-77.
 40. Nicholls, A., Paton, R., & Emerson, J. (Eds.). (2015). *Social finance*. Oxford University Press.
 41. Phan, P. H., Wright, M., Ucbasaran, D., & Tan, W. L. (2009). Corporate entrepreneurship: Current research and future directions. *Journal of business Venturing*, 24(3), 197-205.
 42. Polas, M. R. H., Kabir, A. I., Sohel-Uz-Zaman, A. S. M., Karim, R., & Tabash, M. I. (2022). Blockchain technology as a game changer for green innovation: Green entrepreneurship as a roadmap to green economic sustainability in Peru. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 62.
 43. Ratten, V. (2019). Older entrepreneurship: a literature review and research agenda. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 178-195.
 44. Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90.
 45. Rawhouser, H., Webb, J. W., Rodrigues, J., Waldron, T. L., Kumaraswamy, A., Amankwah-Amoah, J., & Grady, A. (2022). Scaling, blockchain technology, and entrepreneurial opportunities in developing countries. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00325.
 46. Reynolds, P. D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359-364.
 47. Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of management*, 45(1), 70-95.
 48. Saiz-Alvarez, J. M., & García-Vaquero, M. (2018). Entrepreneurship concept, theories, and new approaches. In *Encyclopedia of Information Science and Technology*, Fourth Edition (pp. 3020-3031). IGI Global.



49. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
50. Serafimovska, H., & Sotiroski, L. (2014). Implications of the Legal Framework for the Development of Entrepreneurship. *International Review of Social Sciences and Humanities*, 7(1), 263-273.
51. Shane, S., & Cable, D. (2020). High-growth entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 46, 231–252.
52. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
53. Shastri, S., Shastri, S., & Pareek, A. (2019). Motivations and challenges of women entrepreneurs: Experiences of small businesses in Jaipur city of Rajasthan. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(5/6), 338-355.
54. Si, S., Hall, J., Suddaby, R., Ahlstrom, D., & Wei, J. (2023). Technology, entrepreneurship, innovation and social change in digital economics. *Technovation*, 119, 102484.
55. Stevenson, H. H. (1983). *A perspective on entrepreneurship* (Vol. 13). Cambridge, MA: Harvard Business School.
56. Suchek, N., Ferreira, J. J., & Fernandes, P. O. (2022). A review of entrepreneurship and circular economy research: State of the art and future directions. *Business Strategy and the Environment*, 31(5), 2256-2283.
57. Sun, H., Pofoura, A. K., Mensah, I. A., Li, L., & Mohsin, M. (2020). The role of environmental entrepreneurship for sustainable development: evidence from 35 countries in Sub-Saharan Africa. *Science of the Total Environment*, 741, 140132.
58. Susilo, D. (2020). Scalable start-up entrepreneurship and local economic development in emerging economies. *Applied Economics Journal*, 27(2), 145-163.
59. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55-73.
60. Williams, D. W., Wood, M. S., Mitchell, J. R., & Urbig, D. (2019). Applying experimental methods to advance entrepreneurship research: On the need for and publication of experiments. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 215-223.
61. Yemenici, A. D. (2022). Entrepreneurship in the world of metaverse: virtual or real?. *Journal of Metaverse*, 2(2), 71-82.
62. Zahra, S. A., Liu, W., & Si, S. (2023). How digital technology promotes entrepreneurship in ecosystems. *Technovation*, 119, 102457.
63. Ziegler, R. (2011). *An introduction to social entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.