

المحور الرابع: أهم المقاربات الحديثة في مجال المقاولاتية: (المقاولاتية كظاهرة تنظيمية، المقاولاتية كاستغلال للفرص، المقاولاتية من منظور خلق القيمة، المقاولاتية من منظور الابتكار - نحو فهم أوسع للمقاولاتية)

مقدمة:

تُعدّ المقاولاتية (Entrepreneurship) من أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية التي شهدت اهتمامًا متزايدًا خلال العقود الأخيرة، نظرًا لدورها المحوري في تحفيز النمو الاقتصادي، خلق الثروة، تقليص معدلات البطالة، وتحقيق التنمية المستدامة، فقد أصبحت المقاولاتية بمثابة القاطرة التي تدفع عجلة الابتكار والتجديد داخل المجتمعات، سواء من خلال إطلاق مشاريع جديدة، أو من خلال إعادة تشكيل نماذج الأعمال التقليدية بأساليب أكثر مرونة وإبداعًا.

وفي ظل التحولات العميقة التي يشهدها العالم المعاصر، لاسيما العولمة، الرقمنة، الأزمات المالية، والتغيرات المناخية، بات من الضروري إعادة النظر في المفاهيم الكلاسيكية المرتبطة بالمقاولاتية، والانتقال نحو فهم أكثر تكاملًا وتعقيدًا لهذه الظاهرة، فقد تجاوزت المقاولاتية اليوم مجرد كونها نشاطًا اقتصاديًا فرديًا يسعى إلى تحقيق الربح، لتغدو آلية اجتماعية وتنظيمية تُعيد تشكيل المنظومات الاقتصادية، وتُحدث تأثيرات ممتدة على مستوى المؤسسات، المجتمعات، والدول.

تُبرز الدراسات الحديثة تعدد زوايا النظر إلى المقاولاتية، من حيث طبيعة الفعل المقاولاتي، دور الفاعل المقاول، والعوامل البيئية والتنظيمية المؤثرة، وقد ساهم هذا التعدد في بروز عدة مقاربات نظرية تسعى كل منها إلى تفسير المقاولاتية من منظور مختلف، منها ما يركز على البعد التنظيمي، ومنها ما ينطلق من تحليل استغلال الفرص الاقتصادية، ومنها ما يركز على خلق القيمة بأبعادها المتنوعة، بينما يرى البعض أن جوهر المقاولاتية يكمن في الابتكار والتجديد المستمر.

وعليه، يسعى هذا الدرس إلى تقديم قراءة تحليلية شاملة لأهم المقاربات الحديثة في فهم المقاولاتية، من خلال استعراض خصائص كل مقاربة، وتوضيح نقاط القوة والضعف فيها، مع الإشارة إلى التداخل والتكامل الممكن بينها، كما يحاول المقال تقديم تصور تكاملي يُساهم في بناء فهم أوسع وأعمق للمقاولاتية، بوصفها ظاهرة مركبة متعددة الأبعاد، تتطلب مقاربة شمولية لفهم آلياتها وتحليل آثارها.

أولاً: المقاولاتية كظاهرة تنظيمية (Entrepreneuriat Organisationnel)

ترى هذه المقاربة أنّ المقاولاتية ليست نشاطاً فردياً منعزلاً يقوم به شخص يؤسس مشروعاً خاصاً، بل هي ظاهرة تنظيمية جماعية تنشأ داخل المؤسسات والشركات القائمة أصلاً، بمعنى آخر، المقاول في هذا السياق ليس بالضرورة "صاحب شركة جديدة"، بل يمكن أن يكون عاملاً أو إطاراً داخل مؤسسة يمتلك روح المبادرة والقدرة على التغيير والتجديد داخل البنية التنظيمية للمؤسسة.

هذه المقاربة ظهرت في الدراسات الحديثة للإدارة والتنظيم، خاصة بعد ملاحظة أن كثيراً من الابتكارات والتحويلات الإيجابية لا تأتي من الخارج (أي من مؤسسات جديدة)، بل من الأفراد العاملين داخل المؤسسات نفسها الذين يقدمون أفكاراً خلاقة تسهم في تجديد طرق العمل وتحسين جودة الخدمات، إذن المقاولاتية التنظيمية تقوم على تجديد التنظيم الداخلي للمؤسسة من خلال:

1. اقتراح أفكار جديدة لتطوير المنتجات أو الخدمات.

2. تحسين طرق العمل والإنتاج.

3. إدخال تكنولوجيا حديثة في سير العمل.

4. إعادة هيكلة الأقسام أو تعديل طرق التسيير والإدارة.

5. خلق ثقافة تنظيمية جديدة تقوم على التعاون والمبادرة.

وتتجلى أهمية المقاولاتية التنظيمية في تحفّز روح المبادرة داخل المؤسسة وتشجع العاملين على التفكير الخلاق، وتزيد من مرونة المؤسسة في مواجهة التغيرات في السوق أو التكنولوجيا، وتقلل من الجمود الإداري الذي تعاني منه بعض المؤسسات الكبيرة، وتعزز القدرة التنافسية لأنها تخلق بيئة داخلية قائمة على الإبداع والتحسين المستمر.

مثال توضيحي: في شركة معينة قد يلاحظ أحد المهندسين أنّ خدمة الزبائن تواجه تأخراً في الرد على الاستفسارات. فيقترح تطوير نظام ذكاء اصطناعي للدردشة الفورية (Chatbot) يجيب تلقائياً عن الأسئلة الشائعة، بعد تطبيق فكرته، تلاحظ المؤسسة تحسّناً في رضا الزبائن وتخفيف الضغط عن الموظفين، هذا المثال يُظهر كيف يمكن للمبادرة الفردية داخل المؤسسة أن تتحول إلى ابتكار تنظيمي يرفع من كفاءة الأداء العام.

والعوامل التي تدعم المقاولاتية التنظيمية هي ثقافة مؤسسية داعمة للابتكار تسمح للأفراد بالتعبير عن أفكارهم، وقيادة تشاركية تمنح العاملين الثقة وتشجع على التجريب، وأنظمة تحفيزية تكافئ المبادرات الناجحة، وتواصل داخلي فعال يسمح بتبادل الأفكار والمقترحات ومرونة تنظيمية تتيح تعديل الهيكل الإداري عند الحاجة.

إنّ المقاولاتية التنظيمية تعبر عن انتقال المقاولاتية من المجال الفردي إلى المجال المؤسسي الجماعي، حيث تُصبح المؤسسة بيئة حاضنة للأفكار المبدعة والتغييرات التنظيمية، فكل مؤسسة تُشجع موظفيها على الإبداع والمبادرة، وتمكّنهم من تحويل أفكارهم إلى مشاريع داخلية ملموسة، تُمارس في الواقع فعلاً مقاولاتياً تنظيمياً حقيقياً، وبهذا تتحول المؤسسات من كيانات جامدة إلى منظمات حية ومتجددة قادرة على مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية بمرونة وابتكار.

ثانياً: المقاولاتية كاستغلال للفرص (Entrepreneuriat comme Exploitation des Opportunités)

تُعدّ هذه المقاربة من أكثر الرؤى تأثيراً في الدراسات الحديثة حول المقاولاتية، إذ طوّرها الباحث الأمريكي هوارد ستيفنسون (Howard Stevenson) في جامعة هارفارد، الذي رأى أن جوهر المقاولاتية لا يكمن في "امتلاك الموارد" بل في القدرة على اكتشاف واستغلال الفرص المتاحة في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، فالمقاول الحقيقي - حسب ستيفنسون - ليس من يملك رأس المال أو الخبرة فقط، بل من يرى الفرص قبل غيره ويحوّلها إلى مشاريع منتجة ذات قيمة اقتصادية أو اجتماعية.

تركز هذه الرؤية على الذكاء المقاولاتي في قراءة الواقع، وفهم التحولات والاحتياجات الجديدة في السوق أو المجتمع، ثم التحرك بسرعة ومرونة لاستغلال هذه الفرص، فالمقاولاتية هنا ليست مجرد نشاط اقتصادي، بل سلوك فكري واستراتيجي يقوم على البحث المستمر عن إمكانات غير مستغلة، والمقاول الناجح لا ينتظر الظروف المثالية، بل يخلق الظروف المناسبة من خلال ملاحظته الدقيقة للبيئة.

الفرصة المقاولاتية: (Opportunity) يقصد بها كل وضع جديد يتيح تلبية حاجة غير مشبعة في السوق، أو تقديم منتج أو خدمة بطريقة مبتكرة، أو استغلال مورد متاح بطريقة جديدة، أو سدّ فراغ اقتصادي أو اجتماعي، وتتطلب الفرصة الجيدة ثلاث خصائص رئيسية، وجود حاجة حقيقية في السوق، وإمكانية تنفيذ المشروع بوسائل متاحة أو قابلة للتحويل، وتحقيق عائد أو قيمة مضافة بعد التنفيذ.

خصائص المقاول في هذا التصور تظهر في القدرة على الملاحظة والتحليل، يرى ما لا يراه الآخرون، والجرأة في اتخاذ القرار، لا يتردد في استغلال الفرصة رغم المخاطر، المرونة، يتكيف مع التغيرات

بسرعة، التفكير الإبداعي، يحول الأفكار الصغيرة إلى مشاريع حقيقية، القدرة على تعبئة الموارد، حتى وإن لم تكن متاحة لديه منذ البداية.

مثال شاب من إحدى المناطق الريفية لاحظ أن سكان قريته يعانون من صعوبة الوصول إلى منتجات بيولوجية طبيعية (مثل زيت الزيتون، والعسل الجبلي، والأعشاب الطبية)، فقام بإنشاء متجر إلكتروني بسيط يربط المنتجين المحليين بالمستهلكين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، هذا المشروع لم يعتمد على اختراع جديد أو رأس مال كبير، بل على اكتشاف فرصة سوقية حقيقية واستغلالها بذكاء، النتيجة: تحسن دخل المنتجين المحليين، وحصل الزبائن على منتجات بجودة أفضل، ما جعل هذا المشروع مثالاً ناجحاً لاستغلال الفرص المقاولاتية في البيئة الريفية.

ومن الأخطاء الشائعة الخلط بين الفكرة والفرصة، الفكرة هي مجرد تصور نظري أو احتمال لعمل شيء جديد، الفرصة هي فكرة قابلة للتطبيق في واقع فعلي وتلبي حاجة حقيقية في السوق، وعليه ليس كل من لديه فكرة يُعدّ مقاولاً، بل المقاول هو من يحول الفكرة إلى فرصة مستغلة ومشروع ناجح.

إن، أهمية هذه المقاربة تُشجع على الابتكار الاجتماعي والاقتصادي في البيئات المتغيرة، وتُساعد على استغلال الموارد المحلية وتنشيط الاقتصاد الوطني، وتُعزز روح المبادرة لدى الشباب، خاصة في المناطق التي تعاني من البطالة، وتُساهم في توسيع دائرة التفكير المقاولاتي من المشاريع التقليدية إلى مجالات جديدة مثل البيئة، التكنولوجيا، والخدمات الرقمية.

يُنظر إلى المقاولاتية كاستغلال للفرص باعتبارها الركيزة الأساسية لريادة الأعمال الحديثة، لأنها تحوّل المقاول من شخص "ينفذ فكرة" إلى فاعل استراتيجي يتعامل بذكاء مع السوق، ويتنبّه إلى التحولات الصغيرة التي قد تخلق فرصاً كبيرة.

تُبرز هذه المقاربة أن النجاح المقاولاتي لا يتطلب دائماً موارد ضخمة أو تقنيات متقدمة، بل يعتمد أساساً على العين التي تلتقط الفرصة والعقل الذي يعرف كيف يستغلها، فالمقاول، في نهاية الأمر، هو من يصنع النجاح من خلال قدرته على رؤية الإمكانيات الكامنة في الواقع، وتحويلها إلى مشاريع ذات أثر اقتصادي واجتماعي إيجابي.

ثالثاً: المقاولاتية من منظور خلق القيمة (Entrepreneuriat comme Création de Valeur)

تُعدّ مقارنة خلق القيمة من الاتجاهات الحديثة في فهم المقاولاتية، إذ تجاوزت النظرة التقليدية التي كانت تربطها فقط بتحقيق الأرباح المالية، لتؤكد أن المقاولاتية الحقيقية تتمثل في قدرة المقاول على إحداث أثر إيجابي شامل في المجتمع والاقتصاد والبيئة، فالمقاول في هذا المنظور ليس "تاجرًا يسعى للربح"، بل هو فاعل تنموي ومبدع اجتماعي يسهم في خلق قيمة مضافة متعددة الأبعاد.

تؤكد هذه المقاربة أن المقاولاتية الناجحة هي تلك التي تخلق قيمة حقيقية ومستدامة، وهذه القيمة لا تقتصر على الجانب الاقتصادي، بل تمتد لتشمل أبعادًا اجتماعية وثقافية وبيئية، بمعنى أن المشروع المقاولاتي يُقَيَّم اليوم ليس فقط بما يحققه من أرباح، بل أيضًا بما يقدمه من فائدة للمجتمع.

أنواع القيم التي يمكن أن يخلقها المقاول:

القيمة الاقتصادية التي تتمثل في تحقيق الأرباح، وتوفير فرص عمل، وتنشيط الدورة الإنتاجية والتجارية، مثال: مؤسسة ناشئة في مجال التكنولوجيا توفر حلولاً رقمية جديدة تقلل من كلفة الإنتاج للشركات الأخرى.

القيمة الاجتماعية تتمثل في المساهمة في تحسين مستوى المعيشة، وتوفير خدمات يحتاجها المجتمع، أو دعم الفئات الهشة، مثال: مشروع شبابي يُعنى بتكوين الشباب العاطلين على مهارات رقمية تمكّنهم من العمل عبر الإنترنت.

القيمة البيئية تقوم على حماية البيئة واستغلال الموارد الطبيعية بطريقة مستدامة، مثال: مؤسسة تُعيد تدوير النفايات البلاستيكية لصناعة أدوات مدرسية صديقة للبيئة، فتجمع بين الفائدة الاقتصادية والحفاظ على البيئة.

القيمة الثقافية والمعرفية بعض المشاريع تسعى إلى نشر الوعي الثقافي أو الحفاظ على التراث أو دعم الإبداع الفني، مثال: منصة رقمية تُتيح للكتاب الشباب نشر أعمالهم الأدبية إلكترونياً، مما يخلق قيمة معرفية وثقافية جديدة.

في الفكر المقاولاتي التقليدي، كان النجاح يُقاس بحجم الأرباح أو توسع المشروع في السوق، أما في الفكر الحديث، فالنجاح يُقاس بقدرة المقاول على إحداث تغيير إيجابي وعلى بناء قيمة مستدامة تتجاوز المنفعة الفردية إلى المصلحة الجماعية، فكل مشروع يسهم في تحسين حياة الناس أو في حماية البيئة أو في تطوير المعرفة، يُعتبر مشروعاً مقاولاتياً ذا قيمة حقيقية.

إنّ مقارنة خلق القيمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التنمية المستدامة، لأنها تجعل المشاريع أكثر التزاماً بالمسؤولية الاجتماعية، وتشجع على الابتكار الأخلاقي الذي يوازن بين الربح والمصلحة العامة، وتساعد على بناء اقتصاد وطني قوي وإنساني في الوقت نفسه، وتُحدث تأثيراً طويلاً المدى في المجتمع والبيئة.

أما خصائص المقال من منظور خلق القيمة تظهر في وعيه الاجتماعي والبيئي، يدرك أثر مشروعه في المجتمع والبيئة، الرؤية الطويلة المدى: لا يبحث عن الربح السريع، بل عن استدامة المشروع، الالتزام الأخلاقي، يبني مشروعه على القيم الإنسانية، الابتكار المسؤول، يبتكر حلولاً تخدم الإنسان قبل السوق.

إنّ المقاولاتية من منظور خلق القيمة تمثل الوجه الإنساني والأخلاقي لريادة الأعمال، فهي تجعل المقاول فاعلاً في التنمية المستدامة، لا مجرد باحث عن الربح، إنها تدعو إلى بناء مشاريع توازن بين الاقتصاد والمجتمع والبيئة، وتُسهم في تحقيق ازدهار حقيقي شامل، فالمقاول في هذا الإطار هو صانع للقيمة قبل أن يكون صانعاً للربح، وبذلك تتحول المقاولاتية إلى أداة للتنمية الإنسانية المتكاملة.

رابعاً: المقاولاتية من منظور الابتكار

تُعدّ المقاربة الابتكارية من أكثر الرؤى تأثيراً في الفكر الاقتصادي الحديث، إذ تُعيد تعريف المقاولاتية بوصفها عملية تجديد مستمر في طرق التفكير والإنتاج والتسويق، ويُعدّ الاقتصادي جوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter) من أبرز من أسس لهذا الاتجاه، حيث رأى أنّ المقاول هو محرك الاقتصاد لأنه يُحدث "الدمار الخلاق"؛ أي يُزيل النماذج القديمة ليخلق أخرى جديدة أكثر فاعلية وابتكاراً.

وفق هذا المنظور، لا يُقاس النجاح المقاولاتي بعدد المشاريع المنشأة فقط، بل بمدى قدرتها على إدخال التغيير والابتكار في بيئة العمل أو السوق، فالمقاول المبتكر هو الذي يقمّ حلولاً جديدة لمشكلات قائمة أو يخلق احتياجات جديدة لدى الزبائن.

تُعدّ الابتكارات اليوم المصدر الرئيسي للتنافسية بين المؤسسات، إذ تمكّنها من تحسين جودة منتجاتها وخدماتها وخفض تكاليفها، ومن هنا، أصبحت الدول المتقدمة تعتمد على "الاقتصاد المبني على المعرفة والابتكار"، وهو ما تسعى إليه الجزائر في رؤيتها التنموية الحديثة من خلال تشجيع المؤسسات الناشئة (Startups).

• أمثلة من الواقع الجزائري:

1. شركة "يسير" (Yassir) : تأسست سنة 2017 من طرف شباب جزائريين، وقد أحدثت ثورة في مجال النقل الحضري من خلال تطبيق ذكي يربط السائقين بالركاب، فكرة المشروع بسيطة لكنها مبتكرة: استغلال التكنولوجيا لتسهيل الحياة اليومية، وهو ما جعل "يسير" تتوسع إلى مجالات أخرى مثل توصيل الطلبات والدفع الإلكتروني، وتتحول إلى نموذج عربي وإفريقي ناجح في الابتكار المقاوالاتي.

2. مشروع "جرين إيكو" (Green Eco) لإعادة التدوير: مجموعة من الشباب الجزائريين أسسوا مؤسسة صغيرة تعمل على جمع النفايات البلاستيكية وتحويلها إلى مواد أولية لصناعة الأدوات المدرسية، هذا المشروع يجمع بين الابتكار البيئي والبعد الاجتماعي، إذ يساهم في الحد من التلوث وتوفير مناصب شغل للشباب.

3. مؤسسة "كود ماسترز" (Code Masters) لتعليم البرمجة للأطفال: مشروع ناشئ يقوم على فكرة جديدة في الجزائر: تعليم مهارات البرمجة للأطفال بأساليب تفاعلية، هذا النوع من المشاريع يُظهر أن الابتكار لا يقتصر على التكنولوجيا فحسب، بل يشمل طرائق التعليم ومجالات التنمية البشرية أيضاً.

من خلال المقاربة الابتكارية، يظهر أن المقاوالاتية ليست مجرد نشاط تجاري، بل هي عقلية تفكير خلاقة تسعى إلى التجديد وإيجاد الحلول المبتكرة للمشكلات الاقتصادية والاجتماعية، وكل مشروع يحمل عنصر التغيير والتجديد يُعدّ مشروعاً مقاوالاتياً حقيقياً بالمعنى الحديث، إنَّ بناء اقتصاد وطني قوي يتطلب تشجيع ثقافة الابتكار داخل الجامعات والمؤسسات، وربط الأفكار الإبداعية بالدعم المالي والتقني حتى تتحوّل إلى مشاريع ناجحة تساهم في التنمية المستدامة للبلاد.

خامساً: نحو فهم أوسع للمقاوالاتية

بعد استعراض مختلف المقاربات التي تناولت المقاوالاتية — كظاهرة تنظيمية، وكاستغلال للفرص، وخلق للقيمة، ومن منظور الابتكار — يمكن القول إنَّ المقاوالاتية المعاصرة أصبحت مفهوماً مركباً ومتعدّد الأبعاد، لا يقتصر على إنشاء المشاريع الاقتصادية فقط، بل يتجاوز ذلك إلى أن يكون أسلوباً في التفكير والسلوك والعمل يهدف إلى إحداث التغيير الإيجابي في المجتمع والاقتصاد.

لم تعد المقاوالاتية تُحتزل في صورة "رجل الأعمال الذي يسعى للربح"، بل غدت ثقافة جديدة تقوم على روح المبادرة والمغامرة المدروسة، الاعتماد على الذات، الإيمان بقدره الفكرة على التغيير، والسعي إلى تحقيق قيمة مضافة مستدامة، بهذا المعنى، يمكن أن يكون المقاوالاتي طالباً أو موظفاً أو باحثاً أو حتى مؤسسة حكومية تسعى إلى إيجاد حلول مبتكرة للتحديات الاجتماعية والاقتصادية.

أدركت الجزائر كغيرها من الدول، خلال السنوات الأخيرة، أهمية المقاولاتية في بناء اقتصاد متنوع ومبتكر، فبدأت في نشر ثقافة المقاولاتية داخل الجامعات من خلال إنشاء:

1. حاضنات الأعمال الجامعية (Incubateurs Universitaires) : وهي فضاءات مخصصة لمرافقة الطلبة في تحويل أفكارهم الإبداعية إلى مشاريع اقتصادية حقيقية، مثلاً: حاضنة جامعة قسنطينة 3 دعمت طلاباً أنشؤوا تطبيقاً لتوصيل المنتجات الفلاحية مباشرة من المنتج إلى المستهلك، ما ساهم في تقليص الوسطاء وتشجيع الاقتصاد المحلي.

2. مكاتب التوظيف والمقاولاتية (BEPE) : التي تُنظّم دورات تكوينية وورشات في التفكير الإبداعي، إعداد خطط الأعمال، والبحث عن التمويل، فالكثير من الطلبة اليوم أصبحوا ينجزون مشاريع تخرّج ذات بعد مقاولاتي، بدل البحوث النظرية التقليدية.

3. البرامج الحكومية الداعمة للمقاولين الشباب: مثل الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) ، التي توفر تمويلات ميسرة للشباب أصحاب الأفكار المبتكرة، وتشجع روح المبادرة في مختلف القطاعات (الفلاحة، الصناعة، الخدمات الرقمية...).

الفهم الحديث للمقاولاتية يجعلها رافعة للتنمية الشاملة، فهي تخلق الثروة وفرص العمل، تساهم في تحقيق التحول الرقمي، وتدعم الاقتصاد الأخضر عبر المشاريع البيئية والمستدامة، بهذا المعنى، تصبح المقاولاتية وسيلة لتجديد المجتمع وإطلاق طاقات الشباب، وليس مجرد نشاط اقتصادي ربحي.

المقاول العصري اليوم هو منظم يعرف كيف يحوّل الفكرة إلى مشروع، مستغل للفرص يرى ما لا يراه الآخرون، خالق للقيمة يسعى إلى منفعة المجتمع، مبتكر يوظف التكنولوجيا لتطوير الحياة اليومية.

المقاولاتية اليوم ليست مهنة، بل طريقة في التفكير والحياة، إنها تعني الشجاعة على التغيير، والرغبة في الإبداع، والقدرة على تحويل الأفكار إلى واقع، ولذلك، فإنّ ترسيخ ثقافة المقاولاتية في التعليم، والاقتصاد، والمجتمع هو الطريق نحو بناء جزائر مبتكرة واقتصاد معرفي متجدد.

الخاتمة:

إن المقاولاتية لم تعد تُختزل في كونها مجرد عملية لإنشاء المشاريع الاقتصادية أو تأسيس مؤسسات جديدة، بل أصبحت تُفهم اليوم كظاهرة مركبة ومتعددة الأبعاد، تتشابك فيها الديناميكيات الاجتماعية، الاقتصادية، التنظيمية، والثقافية، فهي تُجسّد في جوهرها القدرة على استكشاف الفرص وتحويل الأفكار إلى

قيمة مضافة من خلال الإبداع والابتكار، سواء داخل المؤسسات الجديدة أو حتى في تجديد الهياكل التنظيمية القائمة.

ومن هذا المنظور، فإن الفهم المعمق للمقاولاتية كنسق يتضمن التفاعل بين الأفراد والبيئة والفرص المتاحة، يُعدّ أمرًا ضروريًا ليس فقط للباحثين، وإنما أيضًا لصناع القرار والفاعلين الاقتصاديين، من أجل صياغة سياسات واستراتيجيات قادرة على تحفيز روح المبادرة، وتوفير بيئة داعمة للمقاولين والمبتكرين، خصوصًا في السياقات الاقتصادية المتغيرة والمعقدة التي يعيشها العالم اليوم.

كما أن تعزيز المقاولاتية يُمكن أن يُسهم في تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة وشاملة، من خلال خلق مناصب الشغل، وتنويع مصادر الدخل، ودفع عجلة التنافسية، ولتحقيق هذه الغايات، يبقى من الضروري تبني مقاربات متكاملة تشمل التربية على روح المبادرة منذ المراحل التعليمية الأولى، وتسهيل الولوج إلى التمويل، وتوفير الدعم التقني والإداري، وتشجيع البحث العلمي التطبيقي في هذا المجال.

وعليه، فإن الاستثمار في المقاولاتية لا يجب أن يُنظر إليه كخيار اقتصادي فحسب، بل كرهان استراتيجي لبناء مجتمعات قادرة على التكيف والابتكار، وتحقيق التنمية المستدامة في عالم سريع التغير.