

فعالية حاضنات الأعمال في دعم وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة
**The effectiveness of business incubators in supporting and enhancing the
 competitive advantage of emerging enterprises « start-ups »**

د. مداني شريف عبدالله¹
Dr. Madani cherif abdellah¹

abdellah.madanicherif@univ-relizane.dz ، جامعة غليزان، الجزائر.¹

تاريخ النشر: 2023-01-31

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية ودور حاضنات الأعمال في دعم وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة تزامنا مع المنافسة الحادة التي تشهدها الأسواق في الوقت الراهن. فمن خلال الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال على غرار الوصول للبنى التحتية، التسويق، إضافة إلى الدعم المالي والشبكي..الخ، الأمر الذي يساعد المؤسسات الناشئة من تخفيض تكاليف الإنتاج مع تحسين جودة مخرجاتها من سلع والخدمات إضافة إلى إمكانية التغلغل في الأسواق واستهداف عدد كبير من المستهلكين، وإبقائها في جو المنافسة، وذلك انطلاقا من الخدمات التسويقية التي توفرها حاضنات الأعمال للمؤسسات الناشئة وإعانتها على تجاوز عقبات مرحلة الانطلاق.

كلمات مفتاحية: حاضنات الأعمال ؛ المؤسسات الناشئة ؛ الميزة التنافسية

Abstract:

This research paper aims to highlight the importance and role of business incubators in supporting and enhancing the competitive advantage of emerging institutions (start-ups) in conjunction with the severe competition that the markets are witnessing at the present time.

Through the services provided by business incubators such as access to infrastructure, marketing, in addition to financial and network support..etc., which helps emerging institutions (start-ups) to reduce production costs while improving the quality of their outputs of goods and services in addition to the possibility of penetrating the markets and targeting a large number of Consumers, and keeping them in an atmosphere of competition, based on the marketing services provided by business incubators to emerging institutions (start-ups) and helping them to overcome the obstacles of the launch stage.

Keywords: business incubators; start-ups; Competitive advantage

المؤلف المرسل للمقال: د. مداني شريف عبدالله، الإيميل: abdellah.madanicherif@univ-relizane.dz

1. مقدمة:

قصد بعث التنمية الاقتصادية وتنوع الصادرات والابتعاد عن الاقتصاد الريعي، انتهجت الحكومات الجزائرية المتعاقبة عدة سياسات واعتمدت عدة أساليب، وبظهور المؤسسات الناشئة ونجاح تجربتها في عدة دول، لاسيما منها تلك المتقدمة كاليابان، الوم.أ، الصين...، توجهت أنظار جميع الدول نحو هذه الصيغة الاستثمارية الفعالة ومنها الجزائر، وذلك باتخاذ كافة الأساليب والإجراءات المساعدة والمشجعة على انشاء أكبر عدد ممكن من هذا النوع، والبحث عن سبل استمراريته ومرافقتها، قصد استغلال مختلف الموارد المتاحة لاسيما منها الموارد البشرية بغية القضاء على البطالة والاستثمار في الكفاءات البشرية.

فقد أطلقت الحكومة الجزائرية مجموعة من البرامج التي من شأنها أن تساعد وتمد يد العون للمؤسسات الناشئة وصولاً إلى تطبيق فكرتها على الواقع، فمن خلال الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال على غرار الوصول للبنى التحتية، التسويق، إضافة إلى الدعم المالي والشبكي.. الخ، مما يساعد المؤسسات الناشئة من تخفيض تكاليف الإنتاج مع تحسين جودة مخرجاتها من سلع والخدمات إضافة إلى إمكانية التغلغل في الأسواق واستهداف عدد كبير من المستهلكين، وإبقائها في جو المنافسة. ومن هذا المنطلق تنبثق لنا الإشكالية التالية:

1.1. إشكالية الدراسة:

ما هو دور حاضنات الأعمال في الرفع من القدرة التنافسية وتعزيزها في المؤسسات

الناشئة؟

2.1. الأسئلة الفرعية:

وللإجابة على إشكالية البحث تم تجزئة التساؤل الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة

الفرعية:

س1- ما المقصود بحاضنات الأعمال؟ وما أهميتها بالنسبة للمؤسسات الناشئة؟

س2- ما المقصود بالميزة التنافسية؟ وماهي أهم الأبعاد التي تركز عليها؟

س3- ما هو أثر حاضنات الأعمال على أبعاد الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة؟

3.1. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية ودور حاضنات الأعمال في إعطاء نفس للمؤسسات

الناشئة من أجل التصدي لأغلب التهديدات والتحديات التي توجهها المؤسسات الناشئة

والنتيجة عن تفاعل محيطها الداخلي والخارجي، إضافة إلى إمكانية التأقلم السريع مع ظروف وعوامل السوق وفرض مكانتها السوقية والتنافسية.

1.4. أهداف الدراسة:

يمكن صياغة أهداف هذه الدراسة في مجموعة من النقاط الآتية:

- توضيح مفهوم حاضنات الأعمال وما العلاقة التي تربطها بالمؤسسات الناشئة.
- إبراز الدور الكبير الذي تلعبه حاضنات الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة.

5.1. منهجية الدراسة:

على ضوء الأهداف التي تسعى هذه الدراسة لتحقيقها، فقد تم الاعتماد على المنهج الاستنباطي بصفة عامة بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تصب في نفس الموضوع، ويندرج تحته المنهج الوصفي والتحليلي للتأصيل النظري والتطبيقي لهذه الدراسة.

6.1. هيكل الدراسة:

من أجل معالجة إشكالية المطروحة، تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور:

المحور الأول التأصيل النظري لحاضنات الأعمال، والمؤسسات الناشئة.

المحور الثاني: مفهوم الميزة التنافسية وأهم العناصر المكونة لها.

المحور الثالث: المؤسسات الناشئة تحت ضل حاضنات الأعمال.

2. التأصيل النظري لحاضنات الأعمال، والمؤسسات الناشئة

استخدم مصطلح start-up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر (capital-risque) ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك (مرباح طه، بوسالم، وعيسات، 2021)، خصيصا مع بداية القرن الحالي ميولا كبيرا للاقتصاديات نحو المؤسسات الناشئة لما لها من آثار إيجابية من حيث النمو وحماية الاقتصاد من صدمات الشبكات ، هذا التغير جعل الدول والمؤسسات تركز أكثر فأكثر على هذا النوع من المؤسسات (رمضاني وبوقرة، 2021).

1.2. مفهوم المؤسسات الناشئة

حسب ما جاء به القاموس الانجليزي فإن المؤسسات الناشئة start-up اصطلاحا هي عبارة عن مشروع صغير بدأ للتو وتتكون من جزأين « start » والذي يشير إلى فكرة الانطلاق و « up » تشير لفكرة النمو القوي (مرباح طه، بوسالم، و عيسات، 2021)، بينما يرى باتريك فيردسن PATRICK FRIDENSON "أن تكون شركة ناشئة لا يتعلق الموضوع بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط ويجب الإجابة على أربع تساؤلات التالية (رمضاني و بوقرة، 2021):

○ نمو قوي محتمل.

○ استخدام تكنولوجيا حديثة.

○ تحتاج تمويل متأكد من السوق جديد يصعب تقييم المخاطرة.

وحسب المشرع الجزائري وفقا للمادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 2020/09/15 فيعتبر المؤسسة الناشئة كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري وتحترم المعايير التالية (أمانة و منال، 2021) :

○ يجب أن لا يتجاوز عمر المؤسسة (08) سنوات.

يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.

○ يجب أن لا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية.

○ أن يكون رأس مال الشركة مملوكا بنسبة 50% على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة " مؤسسة ناشئة".

○ يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه كفاية.

○ يجب أن لا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

3.2. مميزات المؤسسات الناشئة

يكتسي المؤسسات الناشئة مجموعة من المميزات تميزها عن غيرها من المؤسسات، والتي نوجزها في النقاط التالية (مصطفى وعلي، 2020):

❖ مؤسسات شابة يافعة وأمامها خيران: إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

❖ مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمستمر: المؤسسات الناشئة هي المؤسسات التي بإمكانها الارتقاء بعملها التجاري بسرعة بمعنى زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، ونتيجة لذلك ينمو هامش الربح لديها بشكل يبعث على الدهشة. وهذا يوحي بأن المؤسسات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل العكس من ذلك، هي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة إذا ما تم عنايتها بالشكل اللازم.

❖ مؤسسات مرتبطة بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها: تتميز المؤسسات الناشئة بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة ومبتكرة، وإشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية.

ويعتمد أيضا أصحاب المؤسسات الناشئة على تكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال المنصات على الانترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

❖ مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة: تتطلب المؤسسات الناشئة تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء، ومن الأمثلة على ذلك نذكر، أمازون، جوجل،...إلخ.

4.2. حاضنات الأعمال

حاضنات الأعمال أو ما يسمى بمشاكل المؤسسات هي أحد الأدوات المنتهجة لترقية وخلق ودعم شركات مقاولاتية، وتعد فكرة ظهور حاضنات الأعمال سنة 1959، وهي السنة التي شهدت تأسيس أول حاضنات الأعمال في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، كخطوة منها لدعم المؤسسات الناشئة، من خلال تأسيس وتطوير الشبكات، المهارات الإدارية، وتسويق المنتجات ذات طابع ابتكاري وإبداعي، وضلت هذه الفكرة فريدة من نوعها إلى غاية السبعينات وهدفها كان يعتمد بشكل أساسي في دعم المشروعات الناشئة فقط التي عموما ما تحتاج إلى التوجيه لتجسيد أفكارها على الأرض الواقع (بوالشعور، 2018). ونظرا للنجاح الذي حققته في الولايات المتحدة الأمريكية تم تبنيها من معظم دول العالم كأحد التجارب الأكثر فعالية والتي لها علاقة مباشر بنجاح المؤسسات الناشئة ورعايتها في بيئة محمية.

5.2. تعريف حاضنات الأعمال

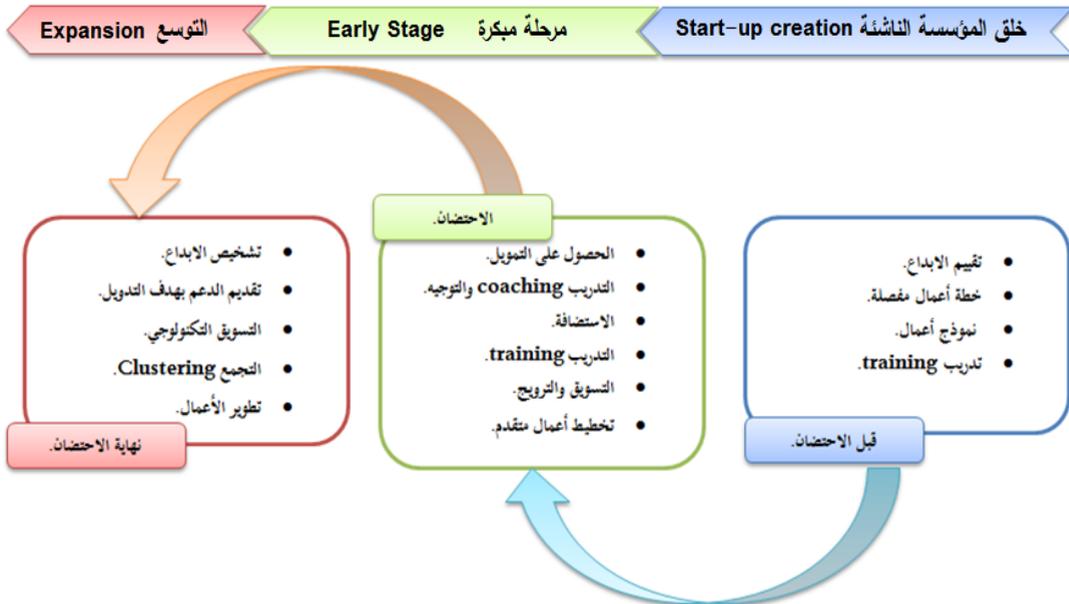
الحاضنة هي مصطلح مشتق من مصطلح الرعاية، الذي هو تطوير المؤسسات في بيئة محمية، يتم إدارتها من قبل مختصين صناعيين ينتمون لمنظمات حكومية أو خاصة، وأحيانا من قبل الجامعات، حيث تقوم بوضع مخططات حاضنة الأعمال (بوقنة، بوقنة، و قاوي، 2021)، أما حاضنات الأعمال " هي عبارة عن آلية من الآليات المعتمدة لدعم المنظمات الصغيرة المبتدئة فهي مؤسسة قائمة بحد ذاتها، تتمتع بالشخصية الاعتبارية وتوفير مجموعة من الخدمات والتسهيلات للمنظمات الصغيرة لتجاوز أعباء مرحلة الانطلاق" (عيساوي و الهزام، 2020)، وحسب الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال NBIA فتعرفها بأنها "هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد، وتوفير لهم الوسائل والدعم اللازمين (الخبرات، الأماكن، الدعم المالي) لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس، كما تقوم أيضا بعمليات تسويق وتوزيع منتجات هذه المؤسسات" (بدرانية و بن حمادي، 2020).

6.2. مراحل احتضان المؤسسات الناشئة من قبل حاضنات الأعمال

تتم رعاية ومتابعة المشروعات الملتحقة بالحاضنة خلال المراحل المختلفة من عمر هذه

المشروعات على ثلاث مراحل كما يوضحها الشكل (1) :

الشكل رقم (1): مرحلة الاحتضان



المصدر: (بوالشعور، 2018)

7.2. الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال للمؤسسات الناشئة

خلال فترة تبنيها لرعاية المؤسسات الناشئة فإن حاضنات الأعمال تقدم جملة من

الخدمات المتميزة لهذه المؤسسات، والمتمثلة فيما يلي: (عيساوي و الهزام، 2020)

- مرافقة المؤسسات الناشئة خلال المرحلة الابتدائية قبل احتضانها.
- تمكين المؤسسات بعد احتضانها من الحصول على محل بإيجار معقول خلال فترة محدودة، مع توفير وسائل اللوجستية مثل قاعات الاجتماع...الخ.
- التعريف بالمؤسسات المحتضنة من خلال وسائل الإعلام والحضور في مختلف المعارض.
- تمكين المؤسسات الناشئة من التعرف على محيطها والاندماج فيه، ومساعدتها في الحصول على التمويل بفضل العلاقات التي تربطها بأصحاب رؤوس الأموال.
- مرافقة المؤسسة لإعداد مخطط أعمالها، وكذا طريقة إيداع براءات الاختراع وكل ما يتعلق بالملكية الفكرية.
- مساعدة المؤسسة على دخول السوق.
- التقييم المستمر لأوضاع المؤسسة من أجل معرفة المشاكل التي تواجهها والحلول المقترحة لعلاجها، والاستفادة من هذه الخبرة في دعم المؤسسات الناشئة الأخرى.

3. مفهوم الميزة التنافسية وأهم العناصر المكونة لها

1.3. مفهوم الميزة التنافسية

تلعب الميزة التنافسية دورا هاما استمرارية ونجاح المؤسسة. من خلال الاستفادة من

الفرص في الوقت والمكان المناسبين وإحباط اي تهديد يشكل خطر على نشاط المؤسسة.

والميزة التنافسية يعني بها تميز المؤسسة بخصائص وطرق جديدة لا تملكها باقي

المؤسسات المنافسة أو تعاني ضعف في استخدامها. مثلا التغيرات الجديدة في التكنولوجيا،

التغيرات الجديدة في النظم والقوانين... الخ .

فيرى مايكل بورتير Michael PORTER أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة

إلى إكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون

بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعن آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه

الواسع (محمد، 2010).

بينما يرى (Reed & Deffilipi) أنها الموقع الفريد الذي تطوره المؤسسة من خلال الاستخدام الفاعل لمهاراتها ومصادرها مقارنة بالمنافسين وإن تحقيق الميزة التنافسية سيولد بشكل مباشر وضمني أداء عالي (الأمين، 2009).

2.3. أنواع الميزة التنافسية

حدد (porter) نوعين من الميزة التنافسية، ميزة التكلفة الأقل وميزة التمييز والتي نلخصها

على النحو التالي:

➤ ميزة التكلفة الأقل:

تعتبر التكلفة أحد مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة، كما إنها تلعب دورا هاما كسلاح تنافسي فلا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، حتى أن الكثير من المؤسسات المتميزة تنافسيا تستهدف أن تكون الرائدة في خفض عناصر التكلفة بين منافسيها في نفس النشاط، فتحليل عناصر التكلفة بهدف ترشيدها يساهم في تحسين الكفاءة وتحديد أسعار تنافسية، وتقوم المراقبة الفاعلة للتكاليف على استخدام معايير معينة كأدوات تخطيطية باعتبارها أهدافا، وكذا باعتبارها أدوات رقابية تستخدم في القياس والتقييم (دلال، 2018).

➤ ميزة التمييز:

تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، ويتم الحيازة على هذه الأخيرة من خلال عوامل التفرد والتي تشمل العناصر التالية (معمرى، مكي، و بلمير، 2017):

• الفن التكنولوجي المستعمل.

• الفرص المستقبلية.

• التعلم وأثار نشره التي تتجلى في تطوير الأداء إلى الأفضل بفضل المعرفة التي يملكها

أفراد المؤسسة.

4. المؤسسات الناشئة تحت ضل حاضنات الأعمال

1.4. أسباب تأخر نمو المؤسسات الناشئة وضعف قدرتها التنافسية

يتشكل الضعف التنافسي للمؤسسات الناشئة نتيجة المعوقات التالية (مولود، محمد،

وعمر، بدون سنة نشر):

- الخبرات المحدودة لأصحاب المشاريع.
- عدم توفر المهارات اللازمة في أسواق العمل المحلية.
- استهداف الأسواق المحلية المشبعة وضعف إمكانيات التصدير والتعامل مع الأسواق الخارجية؛

- قلة الإلمام بطبيعة الأسواق الداخلية والخارجية.
- انحصار نطاق نشاطها في مجموعة صغيرة من الموردين والعملاء.
- ضعف القدرة على الترويج للابتكارية الجديدة.
- ضعف قدرتها على التعامل مع محيطها الخارجي خاصة فيما يتعلق بتكوين التحالفات والشراكات مع المؤسسات الكبرى.
- ضعف في تطبيق التشريعات واللوائح التنظيمية في مجالات تسجيل الأصول واستصدار التراخيص والضريبة وقوانين العمل.
- الصعوبات التي تجدها في تلبية شروط القروض، خاصة من حيث الضمانات والالتزام بشفافية المعلومات ومسك حسابات مالية منتظمة ومدققة.

2.4. المؤسسات الناشئة تحت ضل حاضنات الأعمال

نظرا لخصائصها المتميزة تعتبر المؤسسات الناشئة الحل الأنجح أمام الدول، للخروج من التوقع الاقتصادي المنصب غالبا في قطاع معين أو قطاعات محدودة، وحتى تؤدي هذه المؤسسات دورها بشكل فعال وجب عليها أثناء دورة حياتها وباختلاف مراحلها ، استثمار الكثير من الوقت والمال في عملية رصد ومتابعة وتحليل مختلف التغيرات الحاصلة في بيئتها التسويقية على المستويين الداخلي والخارجي (زكية وزهوه، بدون سنة نشر).

وإذا تحدثنا عن سمات المؤسسات الناشئة فنجد أنها تلك المؤسسات التي تتطلب إيراد أسرع من التكاليف التي تتطلبها للعمل (مصطفى و علي، 2020)، هذا الأمر الذي يدفعها إلى الاحتماء تحت ضل حاضنات الأعمال، لما تقدمه هذه الأخيرة من الخدمات التي من شأنها أن تسهل على رائد الأعمال من تنفيذ فكرته على أرض الواقع بأقل التكاليف، عن طريق توفير التمويل وحشد الموارد المالية مع تسهيل عملية الوصول إلى مختلف الموردين، وإيجاد الحلول المناسبة للمشاكل الفنية، المالية، الإدارية، والقانونية التي تواجه المشروع ، كما تعمل الحاضنة على حشد الموارد المالية من خلال جمع التبرعات Fundraising والتمويل الجماعي - Crowd

funding، بهدف توفير التمويل اللازم لتنفيذ الفكرة، كما يتم الإشراف والتوجيه خلال مراحل تنفيذ المشروع، وتقديم المساعدات والاستشارات الفنية المتخصصة من قبل إدارة الحاضنة، (بوالشعور، 2018)، و توفير تكوين نوعي، خصوصا في إدارة الأعمال والالتزامات القانونية والمحاسبية (مولود، محمد، وعمرو، بدون سنة نشر)، وهذا ما يحقق للمؤسسة الناشئة تدني في التكاليف، وهذه الميزة في حد ذاتها ميزة تنافسية تستعملها المؤسسة الناشئة للمحافظة على البقاء في السوق (المومن، كريمة، و عاشور، بدون سنة نشر).

كما تتيح حاضنات الأعمال للمؤسسات الناشئة إمكانية خفض تكاليفها التسويقية وخاصة في جانبي الترويج والتوزيع اللذان يعتبران من العناصر الأكثر تكلفة، وإعداد نموذج الأعمال من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: من هم المستهلكين المستهدفين؟ وما هي قنوات التوزيع؟ مع العلم أن استمرار ونمو نشاط المؤسسة الناشئة مرهون بشكل كبير على درجة تقبل مخرجاتها (سلع، خدمات) بين أوساط المستهلكين المستهدفين.

وتمكنها أيضا من استثمار الفرص وتجنب التهديدات الموجودة على مستوى البيئة الخارجية من جهة، ومن جهة أخرى تمكنها من تقوية نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف على مستوى البيئة الداخلية (زكية وزهوه، بدون سنة نشر). وهذا ما يعود بالنتائج الإيجابية على المؤسسة الناشئة ومحيطها، ويعزز من قدراتها الدفاعية، الأمر الذي يسمح لها بتحقيق مجموعة من المنافع، في مقدمتها إعداد وصياغة إستراتيجية تسويقية فعالة وطرح منتجات ذات جودة عالية بأساليب وطرق إنتاجية متطورة، ومستحدثة ومبتكرة، وبكفاءات ومهارات عالية (المومن، كريمة، و عاشور، بدون سنة نشر)، وهذا ما يحقق للمؤسسة الناشئة فرصة الإبداع والابتكار في منتجاتها، وهذه الميزة في حد ذاتها ميزة تنافسية تستعملها المؤسسات الناشئة للمحافظة على قبول المنتج من طرف المستهلكين واستمراره في السوق..

ويمكننا القول أن كل الخدمات المقدمة من قبل الحاضنة إذا ما تم تقديمها بالشكل اللازم والفعالية المطلوبة من شأنها أن تساعد المؤسسات الناشئة في تحقيق معدلات نمو عالية وفرض تواجدتها في دائرة المنافسين.

5. الخاتمة:

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية الإحاطة بالجانب النظري لحاضنات الأعمال والأهمية البالغة التي تلعبها في تحقيق ودعم مصادر الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة تميزها

عن باقي المنافسين في محيط أصبح يعرف بشدة وحدة المنافسة، وفي الأخير يمكننا الخروج بجملة من التوصيات التي نراها ذات أهمية في توضيح مسار المؤسسات الناشئة في عالم الأعمال:

- ✓ ضرورة توعية أصحاب المؤسسات الناشئة بأهمية حاضنات المؤسسات في نجاح المشروع.
- ✓ تشجيع قطاع الخاص من جمعيات ومؤسسات ورجال الأعمال على إقامة الحاضنات.
- ✓ التحلي بالمصداقية والشفافية في احتضان المؤسسات الناشئة.
- ✓ التقرب أكثر من الفئة المبتكرة من خلال إنشاء حاضنة الأعمال الجامعة باعتبار هذه الأخيرة منبع الأفكار والابتكار.
- ✓ الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في حاضنات الأعمال وطرق تمويلها للمؤسسات الناشئة.

6. قائمة المراجع

- أحمد يوسف ، دلهوم محمد الأمين. (2009). تحليل القوى المؤثرة على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال عرض نموذج PORTER ، دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الادوية. مجلة الادارة والتنمية للبحوث و الدراسات ، 48.
- بورتان مصطفى، و صولي علي. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة). مجلة دفاتر اقتصادية، (1)11، 148-131.
- جلام كريمة. (2019). دراسة مدى فعالية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ، دراسة حالة بعض مؤسسات الهاتف النقال في الجزائر. Revue Algérienne d'Économie de gestion ، 65-50.

- حورية بدرانية، و عبد القادر بن حمادي. (2020). حاضنات الأعمال في الجزائر. بين التحديات و الرهانات. مجلة المالية & الأسواق، 7(2)، 192-310.
- سليم بوقنة، برهان الدين بوقنة، و معمر قاوي. (2021). حاضنات الأعمال كأدات لترقية المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7(3)، 217-231.
- شريفة بوالشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 4(2)، 417-431.
- عبد الوهاب معمري، نبيلة مكي، و شفيقة بلخير. (2017). فعالية حاضنات الأعمال في خلق القدرة التنافسية للمؤسسة الجزائرية. مجلة الإمتياز لبحوث الاقتصاد والمعرفة، 1(2)، 128-149.
- عبدالكريم المومن، توفيق كريمة، و حيدوشي عاشور. (بدون سنة نشر). حاضنات الأعمال التقنية ودورها في دعم المؤسسات الناشئة الإبتكارية بالجزائر. تأليف محمد هاني، المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الإقتصادي في الجزائر (الصفحات 13-27). البويرة، الجزائر: مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي.
- عتيقة حرايرية. (2015). الميزة التنافسية. مجلة الدراسات في علم الاجتماع، 71-82.
- عثمانية أمينة، و بلعابد منال. (2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم و هياكل الدعم. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7(3)، 357-372.

- عيسى خليفي، و سميرة فرحات. (2011). الإبداع التكنولوجي كأداة للمساهمة في تحقيق القوة التنافسية للمؤسسة الصناعية. المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، 167-145.
- غالب محمد البستنجي. (2011). أثر كفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية . مجلة الابحاث الاقتصادية و الادارية، 20-40.
- فاطمة عيساوي، و محمد الهزام. (2020). مدى مساهمة حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7(3)، 49-63.
- فيصل دلال. (2018). دور التسويق بالعلاقات في تطوير الميزة التنافسية "دراسة حالة فندق صبري بعنابة. مجلة المعيار، 30-22.
- قنوش مولود، هاني محمد، و هاني عمرو. (بدون سنة نشر). عوامل ومحددات نمو المؤسسات الناشئة. تأليف محمد هاني، المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر (الصفحات 54-63). البويرة، الجزائر: مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي.
- محمد هاني، المؤسسات الناشئة ودورها في الانعاش الاقتصادي في الجزائر (الصفحات 65-74). البويرة، الجزائر: مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي.

- مروى رمضاني، وكريمة بوقرة. (2021). تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر (نماذج لشركات ناشئة ناجحة عربيا). حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7(3)، 275-289.
- مسلوب محمد. (2010). أثر الميزة التنافسية على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري للهاتف النقال ، دراسة حالة مؤسسة نجمة. Revue des Reformes Economiques et Intégration en Economie Mondiale ، 30-40.
- معزوزكية، و خلوط زهوة. (بدون سنة نشر). دور تحليل البيئة التسويقية في تطوير أدوات المؤسسات الناشئة.
- ياسين مرباح طه، أبوبكر بوسالم، و فطيمة الزهرة عيسات. (2021). المؤسسات الناشئة بين آلية الدعم وواقع التسيير في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، 422-436.