

حاضنات الأعمال ضرورة لحل المشاكل التسويقية للمشاريع الحرفية والصناعات التقليدية

Business incubators are necessary to solve the marketing problems of handicraft projects and traditional industries

صورية بوطرفة*، بوقرة أحمد، زهية قرامطية

1 جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، soraya.boutarfa@univ-tebessa.dz

2 جامعة مسيلة، ahmedbougurr585@gmail.com

3 جامعة البليدة 2، gramtiazahia@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/01/31

Abstract:

This research paper examines the role of business incubators in providing effective solutions to the marketing challenges faced by artisanal projects and traditional industries, which are vital sectors in supporting the local economy and enhancing cultural identity. Amid the economic and social developments that the world is witnessing today, artisanal projects and traditional industries have become fundamental pillars contributing to the reinforcement of cultural heritage and the support of local economies, particularly in developing communities.

These sectors serve as effective means for job creation and economic revitalization, given their strong connection to cultural heritage and societal traditions. Despite their significance, artisanal projects face numerous challenges, most notably weak marketing capabilities and limited

الملخص:

-تناول هذه الورقة البحثية دور حاضنات الأعمال في تقديم حلول فعالة للمشاكل التسويقية التي تواجه المشاريع الحرفية والصناعات التقليدية، والتي تعد من القطاعات الحيوية في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز الهوية الثقافية في ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت المشاريع الحرفية والصناعات التقليدية من الركائز الأساسية التي تسهم في تعزيز الهوية الثقافية ودعم الاقتصادات المحلية، خصوصاً في المجتمعات النامية كما تعد وسيلة فعالة لخلق فرص العمل وتنشيط الحركة الاقتصادية، لما تتمتع به من ارتباط وثيق بالتراث الثقافي والتقاليد المجتمعية. ورغم أهميتها، تواجه المشاريع الحرفية العديد من التحديات، أبرزها ضعف

competitiveness in both local and international markets.

Keywords: Business Incubators, Marketing Challenges, Artisanal Projects, Traditional Industries.

التسويق والقدرة على التنافس في الأسواق المحلية والدولية.

الكلمات المفتاحية: حاضنات الأعمال، المشاكل التسويقية، المشاريع الحرفية، الصناعات التقليدية.

مقدمة:

تعتبر حاضنات الأعمال مؤسسات لها كيانها المستقل، تقدم حزمة من الخدمات والتسهيلات وآليات المساندة والاستشارة في مرحلة محددة من الزمن للشركات الناشئة. فالشركات الناشئة عرضة لمواجهة المنافسة في السوق التي تضعفها أو توقفها على العمل، لذا وجب تقديم المساعدة لها، نظرا للدور الذي تؤديه في دعم الاقتصاد الوطني. فدم الشركات الناشئة سيكون مردوده ايجابي على بنية ونمو الاقتصاد الوطني ككل، ويؤدي إلى إنشاء شركات كفيلة بخلق فرص خاصة بالنسبة للشباب فهم الذين يدخلون لسوق العمل لأول مرة.

وعرفت منظمة اليونسكو والمركز العالمي للتجارة التقليدية في ندوة الحرف والسوق العالمي المنعقد في 08 أكتوبر 1997 بالفلبين الحرف التقليدية على أنها المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين إما حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي، هذه المنتجات تنتج من دون تحديد الكمية وباستخدام مواد أولية مأخوذة من الموارد الطبيعية المستدامة وتسمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة والتي يمكن أن تكون نفعية جمالية، فنية، إبداعية ثقافية، وحرفية، رمزية وهامة، وجمعة عقائدية أو اجتماعية وهذا ما يجعلها تلعب دورا اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا. ولذلك فالمشاريع الحرفية في حاجة ماسة للدعم في الجانب التسويقي وهذا ما يمكن أن توفره حاضنات الأعمال.

1. إشكالية الدراسة: تتمثل في التساؤل الرئيسي التالي: كيف يمكن استغلال أهمية حاضنات

الأعمال لحل المشاكل التسويقية للمشاريع الحرفية والصناعات التقليدية؟

2. أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المتناول حيث نلمس أهميته من

خلال:

- أهمية الصناعات التقليدية في دعم وتحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على الهوية الوطنية للبلاد ولكن في ظل وجود فرص تسويقية محلية وخارجية.
- المكانة المتميزة التي توليها الدول لموضوعات الصناعات الحرفية باعتبارها أحد أهم طرق تحقيق الاستدامة في النشاط السياحي ونشر ثقافة البلد المستضيف تجعل من آليات دعمها مهمة جدا.
- المكانة المتميزة لإمكانية إنتشار السوق فيما يتعلق بالحرف اليدوية واسعة النطاق، حيث يجد الحرفيون أسواقا لمنتجاتهم ضمن مجتمعاتهم مستوى وطني بالإضافة إلى الأسواق الدولية.
- أهمية تطبيق إستراتيجية واضحة لقطاع الحرف اليدوية الجزائري حتى يزيد حصته السوقية ضمن سوق السياحة الوطني ويشكل جزءا قويا من إستراتيجية السياحة الوطنية.
- أهمية وجود هيئات ممولة للحرفيين لتشجيعهم على اقامة مشاريعهم الخاصة والنهوض بالقطاع.

3- أهداف الدراسة: تتمثل فيما يلي:

- التعرف على مفهوم حاضنات الأعمال.

- تسليط الضوء على العوائق والمشاكل التي تواجه المؤسسات الحرفية.
- إبراز مدى حاجة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى حاضنات الأعمال لمساعدتها في تجاوز المشاكل والعقبات التي تواجهها.
- تحديد مدى كفاءة حاضنات الأعمال في مجال دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا. مفهوم حاضنات الأعمال

تعرف حاضنات الأعمال بأنها: منظومة عمل متكاملة توفر كل السبل لاستضافة مشروع لفترة محدودة، تميته وتطويره من خلال توفير بيئة عمل صالحة متاحة وداعمة، وتتضمن مكان لاحتضان المشروع وتوفير كافة الخدمات والإدارة. (سمية، 2020، صفحة 48).

وعليه هي بناء مؤسساتي حكومي أو خاص يمارس مجموعة من الأنشطة التي تستهدف تقديم المشورة والنصح، والمساعدات المالية والإدارية والفنية للمؤسسات الناشئة سواء في المراحل الأولى لبدء النشاط أو أثناء ممارسته، كما توفر هذه الحاضنات فرص للشراكة في الخدمات المكتبية والتجهيزات والآلات ونقل التقنيات وغيرها. (حناوي، 2001، صفحة 26).

وتهدف الحرف اليدوية بوصفها وسيلة لكسب الرزق الطريق أمام أصحاب المشاريع الريادية الخلاقين والمستقلين. وإضافة إلى ذلك، توفر الحرف اليدوية فرصا للتوظيف الموسمي وتشغيل الأعمال الإنتاجية صغيرة النطاق. كما يعد القطاع في الغالب وظيفة تلقائية للمنتجين الذين تكون خيارات التوظيف أمامهم محدودة، ويمكن لإنتاج الحرف اليدوية على وجه التحديد توفير الوظائف للنساء في الأرياف والمدن.

وتلعب الحرف اليدوية المنتجة محليا على وجه التحديد دورا هاما في الأسواق المحلية والسياحية إلا أنها في معظمها تعاني من قلة الفرص التسويقية خاصة مع ضعف حركة السياحة الخارجية في الجزائر مما يجعلها في حاجة لدعم حاضنات الأعمال في المجال التسويقي،

ثانيا-مشاكل وعوائق المشاريع الحرفية من وجهة نظر اقتصادية وعلمية

وتنقسم إلى مشاكل داخلية وأخرى خارجية:

1- مشاكل وعوائق المشاريع الحرفية تفرضها البيئة الخارجية:

تتمثل فيما يلي: (عتياني و أحمد ديب، 2004، صفحة 54).

- المنافسة.
- المعلومات : الكثير من المعلومات عن السوق والمستهلكين غير متوفرة.
- مشكلة توفر الكفاءات التسويقية : خاصة رجال البيع.
- مشاكل وعوائق المشاريع الحرفية التسويقية الداخلية: يمكن حصرها فيما يلي:
- غياب دراسات الجدوى التسويقية والتقييم الجيد للفرص التسويقية: وعدم الاهتمام بدراسة السوق (الجدوى التسويقية (قبل الشروع في تأسيس المنشأة: مثل الدراسة الشاملة لحاجات ورغبات ومواقع وصفات الجزء /الأجزاء المستهدفة من السوق).
- دخول السوق عشوائيا وعدم التركيز على تقييم الفرص التسويقية المجدية: وإنما الاتجاه هو لتقليد المنشآت القائمة.

-الفرص التسويقية لا تخرج عن إحدى الحالات التالية:

- وجود طلب على سلعة أو خدمة معينة ولا يوجد في السوق من يقوم بإشباع الطلب
(عرض أقل من الطلب.)

- المعروض من السلعة/ الخدمة يكفي لتلبية احتياجات العملاء ولكن المعروض يقدم بطريقة غير مرضية من وجهة نظر المستهلكين (فرصة النجاح مبنية على مدى تفوق المنشأة الجديدة في الأداء أو الخدمات ، أو في استخدام تقنية جديدة لصنع السلعة أو أداء الخدمة).

2- غياب التوجه التسويقي:

حيث الانتقال من سوق البائعين إلى سوق المشترين يتطلب تغييراً جذرياً في التوجه التسويقي للمنشأة. وأيضاً نجد:

- التغير المستمر في حاجات ورغبات العملاء.
- التغير المستمر في المنافسين واستراتيجيات التنافس.
- انقسام السوق إلى أجزاء صغيرة ذات حاجات متباينة.
- زيادة حساسية العملاء تجاه الأسعار.

3- الكفاءة الإدارية:

أثبت الكثير من الدراسات أن نقص الكفاءة الإدارية هي من أهم أسباب فشل المشروع الصغير، وتأتي عدم كفاءة إدارة التسويق في عالم اليوم من أهم المشاكل التي تواجه المنشأة الصغيرة.

4- الموقع: أهم أسباب لنجاح أو فشل المنشأة التجارية الصغيرة هي الموقع،

5- عدم الاهتمام بتدريب رجال البيع.

6- العناية بالعملاء: عدم الاهتمام بالاحتفاظ بالعملاء (جذب عملاء جدد أكثر تكلفة من

الاحتفاظ بالعملاء الحاليين)

7- إعلانات وتخفيضات مضللة وخادعة.

8- السلعة التي تباع لا ترد ولا تستبدل.

9-المراكز التجارية: حيث

-ارتباط الإقبال على المحل بمدى الإقبال على المركز التجاري.

-عدم كفاءة القائمين على إدارة وتسويق المراكز التجارية.

إذن السبب الرئيسي للعوائق السابقة يكمن في غياب الجهة التنظيمية للاهتمام بتنمية المشاريع الصغيرة وتطويرها وتوفير جميع احتياجاتها والعمل على حل مشاكلها وهنا يكمن البحث عن حاضنات الأعمال.

ثالثا- مساهمة حاضنات الأعمال لقطاع الحرف

تتمثل فيما يلي:

- باعتبار الحاضنة مكان عمل يضم خدمات مشتركة واستشارية وموقع للتفاعل ومشاركة الخبرات بين المؤسسات المحتضنة بإيجار وتكلفة مقبولة هذا ما يمكن أن يساعد في زيادة عدد المشاريع الحرفية؛

- شبكة العلاقات للحاضنة تربط من خلالها المشاريع المحتضنة بمجموعة من الخبرات والخدمات مثل وورش العمل، الجامعات والخدمات المخبرية ومراكز الأبحاث وغيرها وعلى مدير المنشآت الصناعية الحاضنة أن يستخدم خبرته واتصالاته في التعرف على المستفيدين المحتملين وتطوير الصلة بين الشركاء المعنيين، هذا الإطار بالذات يخدم المشاريع الحرفية كثيرا لأن تنظيم المعارض داخل الوطن وخارجه يزيد مبيعاتهم ويزيد من جودة المنتجات وقيمتها؛

- تحتوي عادة الحاضنة على فريق إداري صغير بقدرات هامة لتأمين تشخيص مبكر لأي مخاطر ومعالجة سريعة تؤمنها مجموعة واسعة من شبكة العلاقات للحاضنة مع المهنيين وأصحاب الاختصاص والمؤسسات التمويلية والتسويقية والفنية الموجودة في البيئة التسويقية، وهذا ما يشكل قيمة مضافة لكل القطاعات الاقتصادية؛

- إن عملية الاختيار الدقيقة للمشاريع الداخلة إلى الحاضنة ومتطلباتها تكون مقبولة وفق شروط تجعل من أصحاب المشاريع الحرفية يلتزمون بمسؤولياتهم اتجاه المشروع والحاضنة معا مما يساهم في نجاحهم بالميدان؛ ومن ثم إيجاد خطة لتخرج الأعمال بعد ثلاث أو أربع سنوات من الإقامة في الحاضنة.

رابعا- المشاريع الصغيرة وخصوصية مشاكلها التسويقية في الجزائر

تتعرض مشاريع الحرفيين في الجزائر للكثير من المشاكل التسويقية العصبية، الأمر الذي بدوره يهدد بخسارة المشروع، بل وجوده أيضا أهمها: (شليبي، 2002، صفحة 11)

- الأهداف التسويقية الغير متسقة مع الواقع.
- سوء فهم الجمهور المستهدف، فمنتج أو خدمة من غير جمهور يهتم بها أو يشتريها هي خدمة فاشلة.
- عدم الاهتمام بدراسة المنافسين.
- الثبات في نوع المشروع وموقعه.
- سوء ظروف ممارسة النشاط الحرفي ويلجأ الممارسون للأنشطة الحرفية في أغلب الأحيان الى استعمال وسائل إنتاج لا تتلاءم مع نوعية النشاط ويغلب عليها القدم، بالإضافة الى تشغيل يد عاملة غير مؤهلة وقليلة العدد.
- إهمال البحوث التسويقية.
- عدم وجود فرص تسويقية متنوعة بسبب قلة الحركة السياحية الأجنبية.
- ارتفاع أسعار المواد الأولية مما يؤثر على تسعير المنتجات مع تغير وانخفاض قيمة الدينار الجزائري مقارنة بالعملات الأجنبية.
- إشكالية تصدير المنتج التقليدي وضعف التحفيز المالي والجباي.

خامسا- حلول المشاكل التسويقية للمشاريع الحرفية

يمكن أن تظهر من خلال أهمية حاضنات الأعمال حيث تسعى لما يلي: (يوسف و كافي، 2020، الصفحات 237-238).

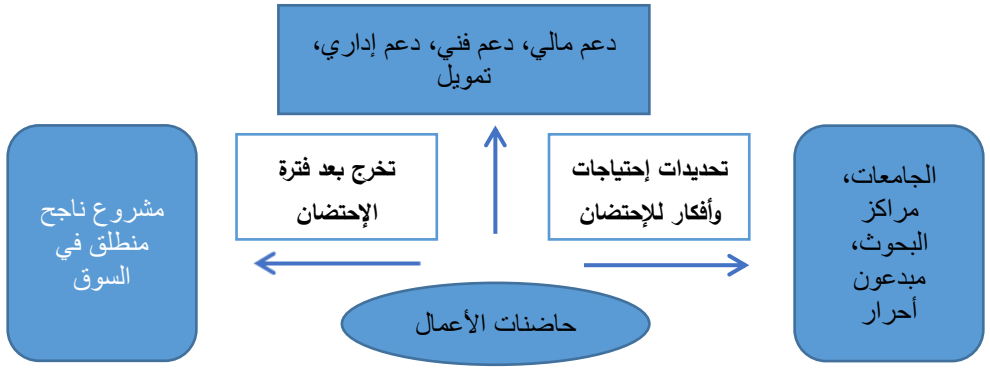
- مساعدة المشروعات الناشئة على مواجهة الصعوبات الإدارية والمالية والفنية والتسويقية التي عادة ما تواجه مرحلة تأهيل جيل جديد من أصحاب الأعمال ودعمهم ومساندتهم لتأسيس أعمال جادة ذات مردود مما هم في تنمية الإنتاج وفتح فرص العمل والنهوض بالاقتصاد؛
- تقديم المشورة المالية ودراسات الجدوى للمشروعات الناشئة، الناشئة؛
- توفير العمل للراغبين بأن يكونوا رجال أعمال حقيقيين وبالأخص خريجي الجامعة؛
- الربط بين المشروعات الناشئة والمبتكرة بالقطاعات الإنتاجية وتركبة السوق ومتطلباته؛
- تفتح المجال أمام الاستثمار في المجالات ذات جدوى للاقتصاد الوطني؛
- تساهم في تنمية الموارد البشرية وحل مشكلة البطالة.

سادسا- دور حاضنات الأعمال في دعم الرواد

تخصص الحاضنات عادة في قطاعات مختلفة، حيث تعمل على تنمية الأفكار الإبداعية وتحويلها من مجرد أبحاث إلى مرحلة التنفيذ من خلال مساعدة أصحابها على إقامة مشروعات صغيرة ناجحة وتساعد على النجاح وتخفيض التكاليف الثابتة، وبذلك فهي تشكل جسر لنقل وتطوير المشاريع الناشئة من الأفكار الإبداعية بواسطة الجامعات ومراكز الأبحاث إلى السوق مروراً بمرحلة الاحتضان والتي تتخرج منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الرائدة لتصبح مؤسسات ذات أفاق نمو كبيرة (يوسف وكافي، 2020، الصفحات 146-247).

ويمكن توضيح هذه العلاقة من خلال الشكل (01) يوضح العلاقة بين حاضنات الأعمال ودعم رواد الأعمال.

الشكل 1: العلاقة بين حاضنات الأعمال ودعم رواد الأعمال



المصدر: (يوسف و كافي، 2020، صفحة 246)

لذا فإن تمويل نشاط المؤسسات المبتدئة الرائدة يعتبر من أهم المشاكل التي تواجهها وذلك راجع لقصور مواردها الذاتية من جهة وحادثة أفكارها وعدم التأكد من نجاحها، الأمر الذي يجعل مشاريعها تصنف على أنها عالية المخاطر مما يتسبب في صعوبة الحصول على قروض بنكية.

وهنا يأتي دور الحاضنات والمتمثل في تسهيل وصول المنشآت المنتسبة لها إلى مصادر التمويل المختلفة التي تتناسب مع هذا النوع من المنشآت وذلك خلال فترة الاحتضان وتحمل الحاضنات الجزء الأكبر من التكاليف التأسيسية للمؤسسة المتعلقة بالمقر والتجهيزات المكتبية والحواشيب والمعامل والمخابر وتجهيزاتها، بالإضافة إلى الخدمات ومتطلبات البنية التحتية وشبكات الاتصالات، كما تعمل الحاضنات على أن تكون المنشأة المنتسبة إليها متخصصة في نفس التقنية دون أن تهمل العمل على التكامل بينها بشكل حيد بالإضافة إلى التواصل محليا ودوليا في إطار التخصص، وتساهم الحاضنات في تجاوز مشكل نقص الخبرة للرواد في مجال التسيير عن طريق المستشارين المتعاونين العاملين في

الخاصة بالإضافة إلى الإدارة المركزية للحاضنة والمتخصصة في إدارة المشروعات الصغيرة الرائدة، كما تعمل على تقديم الخدمات القانونية لهم أيضا والمرتبطة بعقود وتراخيص التأسيس أو ما تعلق بحماية الملكية الفكرية لهم وبراءات الاختراع، كل ذلك بتكاليف أقل.

وعليه يمكن القول أنه لحاضنات الأعمال أهمية كبيرة في توفير أماكن ومساحات متنوعة ومجهزة لإقامة مشروعات متخصصة أو غير متخصصة وتمويل المشروعات الجديدة من خلال شركات رأس المال المخاطر أو برامج حكومية أو شبكة من رجال الأعمال أو المستثمرين، كما تعمل على إيجاد جميع أنواع الدعم من دعم في وإداري وتسويقي للمشروعات المشتركة بها، حيث تدار هذه الحاضنات عن طريق إدارة مركزية متخصصة في إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة حيث تقوم الخاصة والمستشارين المعاونين على متابعة وتقييم المشروعات المشتركة بشكل مستمر، كما يتم اختيار المشروعات الملحقه طبقا لمعايير شخصية وفنية وبأسلوب علمي يعتمد على دراسة لتحديد مشروع بعض الحاضنات، إضافة إلى توفير المعدات والأجهزة الخاصة بالحاسب الآلي والتجهيزات المكتبية، كما تساهم في توظيف نتائج البحث العلمي والابتكارات والإبداعات وتحويلها إلى مشروعات منتجة حيث تشترك الحاضنات التكنولوجية في خاصية ارتباطها بمؤسسات علمية وجامعات ومراكز البحوث لتساهم في تنمية الموارد البشرية وحل مشكلة العاطلين عن العمل، إضافة إلى خلق المناخ المناسب والإمكانيات والمتطلبات لبداية المشروعات الصغير.

كما تتجلى أهمية حاضنات الأعمال في أنها تعمل على إقامة ودعم مشروعات إنتاجية أو خدمة صغيرة أو متوسطة وتقدم المشورة العلمية ودراسات الجدوى للمشروعات الصغيرة والمتوسطة وربطها بالمشروعات النامية والمتركة بالقطاعات الإنتاجية وحركة السوق ومتطلباته، حتى تؤهل جيل من

أصحاب الأعمال لتأسيس أعمال جادة وذات مردود، مما يساهم في التنمية، كما تقدم الدعم والمساندة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق معدلات نمو وجودة عالية تفتح المجال أمام الاستثمار في مجالات ذات جدوى للاقتصاد الوطني (لطيفة، صفحة 28).

خاتمة: الحرف والصناعات التقليدية عامل حيوي يساهم بشكل كبير في الحفاظ على مقومات الشخصية الوطنية وأصاله المجتمع الجزائري، بالإضافة الى كونها من أهم الأنشطة الاقتصادية التي مارسها الإنسان منذ القدم، وتعتبر صناعة واعدة تساهم في خلق التنمية المستدامة والمنشودة. وتواجه الصناعة التقليدية في الجزائر جملة من المعوقات والتحديات وعلى رأسها مشكلة تسويق المنتج التقليدي والحرفي في ظل المنافسة الشديدة على الساحة المحلية والدولية، وضعف الأداء التنافسي للحرف والصناعة التقليدية الوطنية، ما يجعل إعادة النظر وتطوير البحث وتفعيل المزيج التسويقي لهذه المنتجات الحساسة أمرا ضروريا لتجاوز جملة العقبات والتحديات التي تتخللها وذلك عن طريق تشجيع إقامة حاضنات أعمال متعددة حتى تتمكن من السيطرة على مختلف أنواع المشاريع بالقطاع.

التوصيات: في إطار دعم حاضنات الأعمال لهذا النوع من المشاريع نوصي بالتالي:

- ضرورة التعامل مع الحرفي صاحب المشروع كبذع وفنان، وليس كمقاول أو تاجر، فالحرفي يبذل جهده لكي يبدع ويبيع ما ينتجه، ولا يقوم بشراء مواد وإعادة بيعها لتحقيق الفائدة.
- مشكلة الحرفيين تجارية بالدرجة الأولى، أي أنها متعلقة بـ"التسويق"، وفي ظل غياب التسويق، لا يمكن للحرفي بيع منتوجه، ولا يمكنه توفير المال لاقتناء المادة الأولية ومواصلة نشاطه الحرفي لضمان الإنتاج، ومشكلة التسويق ينجر عنها فيما بعد، نقص في المادة الأولية، وصعوبات في توفير الإمكانات المادية،

- إن رواج المنتج التقليدي مرهون بمدى تطور السياحة في بلادنا". لذلك يجب على السلطات التفكير الجاد في ذلك.
- دعم مشاركة الحرفيين في المعارض والصالونات، الهدف منها إبراز إبداعاتهم في مجال الصناعات التقليدية، كما تعد مشاركتهم فرصة لم يد المساعدة للحرفي، بفتح باب تسويق منتوجه والتعريف به، وهو ما يمكنه من تلقي طلبات تجعل حرفته تتطور ويكثر عليها الإقبال.
- دعم الحاضنات لاتفاقيات التبادل الثقافي مع الجمعيات التي تنشط في ولايات أخرى، لإظهار الزخم والتنوع في مجال الصناعات التقليدية والتراث، والبحث عن آفاق لتوسيع النطاق، ليمتد التبادل مع جمعيات خارج الحدود الجزائرية،
- دعم الحاضنات للنشاطات الخاصة بالبحوث التسويقية حول المنتجات التقليدية، مما يسمح بتوسيع مجال بيعها إلكترونيا عن طريق التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع:

- عاكف لطفي خصاونة، (2011)، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- كمال كاظم جواد، كاظم أحمد البطاط، (2016)، الصناعات الصغيرة ودور حاضنات الأعمال في دعمها وتطويرها، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- مصطفى محمود ابو بكر، (2015)، قضايا إدارية وتنمية معاصرة تأصيل علمي وتطبيق عملي، الدار الجامعية الإسكندرية.

- يوسف كافي، ا مصطفى كافي، (2020)، إدارة المشاريع الريادية وحاضنات الأعمال، الطبعة الأولى ، الرواق للنشر والتوزيع.

عتياني، رنا أحمد ديب، (2004)، حاضنات الأعمال كآلية لدعم مؤسسات الأعمال الصغيرة في عصر العولمة، مجلة روسيكادا، العدد 02، جامعة سكيكدة، الجزائر .

- كلافي لطيفة، واقع حاضنات الأعمال في بعض الدول العربية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية دراسات إقتصادية، جامعة زيان عاشور بالجلفة.

- شلبي نبيل، (2002)، نموذج مقترح لحاضنة تقنية بالمملكة العربية السعودية، ندوة "واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتمييزها"، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض.

- بن عبدالله.فايزة ، بن عبدالله.د.عادل، دور الحاضنات الحرفية الإدارية والتسويقية في استدامة نشاط المشاريع الصغيرة والمتوسطة - الكويت نموذجاً، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 16، العدد 3، ص 452.على

الرابط الالكتروني: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/136456>