أشكال المرافقة المقاولاتية: تلخص في الجدول الموالي:

الجدول رقم 03: أشكال المرافقة المقاولاتية

الشكل	تعريفه	دلالته في المرافقة	دوره بالنسبة للمقاول	ميدان تطبيقه
التدريب- coaching-	مرافقة شخصية لإكساب الثقة الذاتية للمقاول من خلال نقل معارف نظرية و تطبيقية	❖ قاد ❖ وجه ❖ صاحب	تطوير الأداء الشخصي	الرياضة، الأعمال التجارية، أصحاب المؤسسات
الوصاية - tutorat-	مرافقة شخص من طرف شخص أخر أكبر منه سنا و يفوقه خبرة	❖ صاحب	الحصول على معارف جديدة أو موروثة و إدماجه داخل المؤسسة	في المؤسسة أو بعض النشاطات الحرفية
التوجيه - mentorat-	مساعدة الأجيال على تكوين مسار مهني من طرف خبير عادة ما يكون في مجال الأعمال	❖ قاد ❖ وجه	الاستفادة من خبرة شخص كبير لبناء مسار مهني	عدة مراحل من حياة المؤسسة كالإنشاء و أو إعادة الإنشاء
الاستشارة- conseil-	تشخيص الوضعية للمساعدة على إيجاد حلول لمشاكل شخصية أو أزمات مهنية من طرف مختصين	❖ قاد	حل المشاكل من طرف مختصين	أي وضعية تستدعي خبرة في مجال معين

1 تعريف حاضنات الأعمال: يرجع مفهوم فكرة احتضان الأعمال أساسا إلى الحاضنة التي يتم وضع الأطفال الحديثي الولادة والغير مكتملي النمو فيها فور ولادتهم، حتى يتمكنوا من تخطي صعوبات الظروف الخاصة المحيطة بهم، وبعد أن يصبح المولود قادرا على النمو والحياة بطريقة طبيعية وسط الآخرين يغادر الحاضنة، وذلك هو الحال بالنسبة للمؤسسات الجديدة ففي المراحل الأولى من التأسيس لا بد لها من الرعاية والحضانة التي تمدها بالمقومات التي تسمح لها بالنمو والاستمرار حيث أنها تفتقر إليها في بداياتها ،.

وعليه نلمس الاختلاف بين الحاضنة Incubateur و المشتلة Pépiniere فتعبر الأولى عن هياكل الاستقبال والدعم المرافقة للمشروعات الناشئة في حين تعبر الثانية عن هياكل إيواء حديثة النشأة، فبعدما تحصل المؤسسة على مقومات النهوض من الحاضنة تستطيع الاختيار بين الانتماء إلى مشتلة أو الاستقلال عنها بنفسها .

2 أنواع حاضنات الأعمال: يوجد اختلاف في تقسيم حاضنات الأعمال مما أدى إلى وجود العديد من التصنيفات يمكن ذكرها كالأتي:

أ-حسب الجيل: ويشمل:

* **حاضنات الجيل الأول (الحاضنات التقنية الأساسية):** دعم المؤسسات التي تبني منتجاتها على المعرفة كرأسمالها الأكبر (الحواسيب...)، تكون هذه الحاضنات ذات علاقة وطيدة بالجامعات ومعاهد الأبحاث والمدارس التقنية.

***حاضنات الجيل الثاني (ذات القاعدة التقليدية):** تضم المؤسسات الزراعية والصناعية والغذائية والصناعات اليدوية والميكانيكية... الخ.

* **حاضنات الجيل الثالث (مراكز التجديد):** تقدم الخدمات المتخصصة كالدورات الفنية الاستشارية إضافة إلى خدمات خاصة.

ب- حسب نطاق العمل : حسب هذا التصنيف يمكن تقسيم حاضنات الأعمال إلى:

* **حاضنات إقليمية:** تعمل هذه الحاضنات في نطاق جغرافي محدد، فتهتم بتلك المنطقة الجغرافية التنميتها واستغلال مواردها المحلية.

* **حاضنات دولية:** تهتم باستقطاب رأس المال الأجنبي ونقل التقانة بهدف تحقيق الجودة العالية والقدرة على التصدير للخارج.

ج-حسب شكل التواجد: من هذا المنطلق تنقسم حاضنات الأعمال إلى:

* **حاضنات الأعمال ذات التواجد الفعلي:** وهي التي تتميز بامتلاك مقر محدد بمكان معين.

* **الحاضنات الافتراضية**: وهي حاضنات بدون جدران، وتقدم هذه الحاضنات جميع الخدمات المعتادة باستثناء الإيواء أو الأماكن، وتعد مراكز تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالغرف التجارية والصناعية مثالا على هذا النوع من الحاضنات .

د-حسب طبيعة الملكية: نميز على هذا الأساس بين الأشكال التالية من الحاضنات:

* **حاضنات الأعمال العمومية**: هي حاضنات مملوكة من قبل الدولة غالبا ما تتواجد قرب الجامعات أو مراكز البحوث.

***حاضنات الأعمال الخاصة**: هي حاضنات تهدف إلى تحقيق الربح وغالبا ما تتواجد في المدارس الكبرى للتجارة أو مدارس المهندسين ومساهمتها في إنشاء المؤسسات محدودة.

* **حاضنات الأعمال المختلطة**: تكون الملكية مختلطة للقطاع العام والخاص معا.

ه - حسب مجال النشاط: تبعا لمجال النشاط نميز بين الأشكال التالية من الحاضنات:

* **حاضنات الأعمال العامة**: وهي التي تتعامل مع الم ص م ذات التخصصات المختلفة والمتعددة في مجالات الإنتاج، والصناعة والخدمات دون التركيز على المستوى التكنولوجي لهذه المؤسسات.

***حاضنات الأعمال المتخصصة**: تعني بصفة خاصة بتنمية بعض الجوانب الاقتصادية للمنطقة التي تتواجد فيها من خلال إعادة الهيكلة الصناعية للمنطقة أو تجسيد صناعات معينة فيها .

* **حاضنات الأعمال التقنية (التكنولوجية) و الحاضنات البحثية**: تختص هذه الحاضنات بالتكنولوجيا ونشرها، وتطوير المنشآت المتخصصة فيها والمرتبطة بها، وتشجيع ومساعدة وتدريب الأكاديميين والباحثين في مراكز الأبحاث والجامعات ليصبحوا رواد أعمال من خلال تزويدهم بالمهارات اللازمة وتدريبهم، وتوفير الخدمات والاستشارات اللازمة، كما تساعدهم على الانتقال بنتائج أبحاثهم من مرحلة الإبداع المخبري إلى مرحلة الترويج التجاري لنتائج تلك الأبحاث.