

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

تخصص ريادة اعمال

تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية:

دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة

الرياض

إعداد الطالب/

بيان سعود عثمان غيش

243002019

إشراف/

د. أحمد راجح

العام الدراسي:

2025

3	مقدمة:
8	أهمية الدراسة:
10	أهداف الدراسة:
10	تساؤلات الدراسة
11	فروض الدراسة:
12	نموذج الدراسة:
13	الدراسات السابقة:
21	الفجوة البحثية:
23	المنطلقات النظرية للدراسة:
24	المنهجية وطرق البحث:
25	مصادر جمع البيانات
26	أدوات الدراسة:
27	حدود الدراسة:
29	المراجع:

مقدمة:

تُعد ريادة الأعمال النسائية من الظواهر الاقتصادية والاجتماعية المتنامية التي تعكس تحوُّلاً نوعياً في دور المرأة داخل المجتمعات الحديثة، حيث أصبحت المرأة لا تكفي بدور المتلقي أو المنفذ ضمن المنظومة الاقتصادية، بل أصبحت فاعلاً ومنتجاً يشارك في صياغة المشهد الاقتصادي واتخاذ القرارات المؤثرة فيه. وتتجلى ريادة الأعمال النسائية في قيام النساء بتأسيس وإدارة المشاريع الاقتصادية بمختلف أحجامها وتخصصاتها، سواءً كانت مشاريع صغيرة أو متوسطة، تقليدية أو رقمية، مما يشكل أحد المسارات المهمة لتحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة وتعزيز استقلالها المالي والاجتماعي.

وتكتسب ريادة الأعمال النسائية أهمية متزايدة، لا سيما في المجتمعات التي تشهد تحولات اقتصادية وتنموية كبرى مثل المملكة العربية السعودية، حيث أصبحت تمثل جزءاً من رؤية الدولة في تعزيز مساهمة المرأة في الناتج المحلي وتنمية القطاع الخاص. إذ أن دعم مشاركة المرأة في الأنشطة الريادية لم يعد فقط مسألة تمكين أو تحقيق مساواة، بل أصبح استراتيجية اقتصادية تهدف إلى تنوع مصادر الدخل وتحفيز الابتكار والاستثمار المحلي، لا سيما في القطاعات ذات الإمكانيات العالية مثل قطاع التجميل، والأزياء، والتكنولوجيا، والخدمات.

وعلى الرغم من هذه الفرص المتزايدة، فإن رائدات الأعمال يواجهن مجموعة من التحديات البيئية والثقافية والإدارية، التي قد تحدّ من قدرتهن على النمو والتوسع. ومن أبرز هذه التحديات ما يرتبط بالتمويل، حيث تجد الكثير من النساء صعوبة في الوصول إلى مصادر تمويل كافية تدعم إطلاق أو تطوير مشروعاتهن، إضافة إلى محدودية الخبرة أو الدعم الفني المتخصص، خاصة في المراحل الأولى من المشروع. كما أن بعض القيود الاجتماعية والتصورات النمطية تجاه أدوار المرأة في بعض

البيئات ما تزال تمثل عائقاً أمام انخراطها الكامل في عالم الأعمال، ما يستدعي تكثيف الجهود في برامج التدريب والإرشاد والدعم المؤسسي.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن رائدات الأعمال غالباً ما يمتلكن مهارات فريدة في مجالات القيادة، والابتكار، وبناء العلاقات، مما يجعل من ريادة الأعمال النسائية مجالاً واعداً يحتاج إلى بيئة داعمة تتكامل فيها الأطر التشريعية، والخدمات التمويلية، وفرص التعليم والتدريب، وكذلك التقدير المجتمعي لجهود النساء في ريادة الأعمال. ومع تزايد دعم الحكومات والمؤسسات غير الربحية والقطاع الخاص لهذا النمط من الريادة، فإن المستقبل يحمل آفاقاً إيجابية لمساهمة النساء في التنمية الاقتصادية الشاملة، بما يحقق أهداف الاستدامة والتوازن الاجتماعي.

يُعد قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية من القطاعات الاقتصادية المزدهرة، والذي يشهد نمواً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، مدفوعاً بعدة عوامل أبرزها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية، والانفتاح الثقافي، وارتفاع مستويات الوعي الجمالي والصحي لدى النساء والرجال على حد سواء. ويعكس هذا القطاع مزيجاً من الديناميكية الاقتصادية والتوجهات الاجتماعية المتغيرة، حيث أصبح التجميل لا يُنظر إليه بوصفه رفاهية بل جزءاً من نمط الحياة اليومية، خاصة في ظل الاهتمام المتزايد بالمظهر الخارجي والعناية الذاتية كأحد مقاييس جودة الحياة.

ويُقدر حجم سوق مستحضرات التجميل والعناية الشخصية في المملكة بمليارات الريالات سنوياً، حيث تُظهر التقارير نمواً سنوياً مركباً يتجاوز في بعض الأحيان 12%، ما يجعل المملكة من أكبر أسواق التجميل في منطقة الشرق الأوسط. ويشمل هذا القطاع العديد من الفروع، مثل مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة، والعطور، والعناية بالشعر، والخدمات المقدمة في صالونات التجميل والمراكز

المتخصصة، بالإضافة إلى الخدمات الطبية التجميلية مثل الليزر والتقشير والعناية بالبشرة العميقة، وهي مجالات أصبحت تلقى رواجًا واسعًا في المدن الكبرى مثل الرياض وجدة والخبر.

ويُلاحظ أن أحد أبرز ملمّح قطاع التجميل في السعودية هو الإقبال الواسع من النساء على تأسيس مشروعات خاصة بهن داخل هذا المجال، مما حول القطاع إلى بيئة مثالية لريادة الأعمال النسائية. ويتميز قطاع التجميل بمرونته وسهولة الدخول فيه مقارنة بقطاعات أخرى، كما أنه يُتيح للمرأة فرصة الدمج بين الطموح المهني والهوية الثقافية، ما يجعله مجالًا جذابًا بشكل خاص لرائدات الأعمال السعوديات. وقد ساعدت التسهيلات الحكومية والدعم المؤسسي في تسريع دخول المرأة في هذا المجال، لا سيما من خلال برامج تمويل المشروعات الصغيرة وتقديم الاستشارات والتدريب.

ورغم كل هذا النمو، لا يخلو القطاع من التحديات، حيث تواجهه منافسة شديدة من العلامات التجارية العالمية، إضافة إلى الحاجة إلى تنظيم السوق بشكل أكبر، سواء من حيث ترخيص المنتجات أو الرقابة على جودة الخدمات المقدمة في صالونات التجميل. كما أن التحول الرقمي بات أحد التحديات الجديدة التي يتوجب على العاملين في القطاع مجاراتها، من خلال تبني التجارة الإلكترونية، والتسويق عبر المنصات الرقمية، وتقديم الخدمات المتنقلة، وهي أمور أصبحت حاسمة للحفاظ على مكانة تنافسية في السوق.

في المجمل، فإن قطاع التجميل في المملكة لا يقتصر على كونه سوقًا استهلاكية فحسب، بل يمثل منصة اقتصادية خصبة للإبداع والابتكار وتمكين المرأة، ويعكس صورة متقدمة عن المملكة في قدرتها على خلق فرص استثمارية مستدامة تتماشى مع أهداف رؤية السعودية 2030، خصوصًا في مجالات التنوع الاقتصادي ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

تُمثل ريادة الأعمال النسائية في قطاع التجميل بالمملكة العربية السعودية ظاهرة اقتصادية واجتماعية متنامية، تعكس التحولات الكبرى التي تشهدها المملكة في السنوات الأخيرة، سواء على المستوى الاقتصادي أو في مجال تمكين المرأة وتعزيز مشاركتها في التنمية الوطنية. ويُعد قطاع التجميل من أكثر القطاعات جذباً للمرأة السعودية، نظرًا لارتباطه بالذوق الجمالي والخصوصية الثقافية، فضلًا عن مرونة الدخول إليه وإمكانية تحقيق عوائد مالية مستقرة وسريعة. وفي هذا السياق، أصبح من الضروري تحليل التحديات والفرص التي تواجه رائدات الأعمال السعوديات داخل هذا القطاع، بما يُمكن من تطوير بيئة عمل محفزة ومستدامة.

على مستوى الفرص، فقد أتاح الانفتاح الاقتصادي والاجتماعي الذي تقوده رؤية السعودية 2030 مساحة كبيرة للمرأة كي تُطلق مشاريعها الخاصة بثقة ودعم مؤسسي. فالدعم الحكومي الموجه لريادة الأعمال النسائية، خصوصًا في القطاعات ذات الكثافة النسائية مثل التجميل، شمل تقديم تسهيلات تمويلية من خلل صناديق مثل "هدف" و"كفالة"، بالإضافة إلى البرامج التدريبية والتمكينية التي تُعزز قدرات المرأة على إدارة المشروعات. كما أن التحول الرقمي أسهم في توسيع آفاق التسويق والتوزيع من خلل المنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، مما مكّن الكثير من رائدات الأعمال من الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة.

ومن جهة أخرى، يمثل قطاع التجميل بيئة خصبة للبتكار وتطوير العلامات التجارية المحلية، حيث باتت العديد من رائدات الأعمال يُنتجن مستحضرات تجميل طبيعية محلية، تستند إلى التراث السعودي والخليجي وتلبي رغبات المستهلكين في الجودة والخصوصية الثقافية. هذا التوجه يُمثل فرصة استراتيجية لتأسيس هوية تجارية وطنية قادرة على المنافسة، ليس فقط محليًا، بل أيضًا في أسواق

التصدير، لا سيما في ظل ارتفاع الطلب الإقليمي والدولي على المنتجات المستوحاة من الطبيعة والثقافات المحلية.

في المقابل، تُواجه رائدات الأعمال في قطاع التجميل عدة تحديات معقدة تتنوع بين التنظيمي والتقني والاجتماعي.

من أبرز هذه التحديات ضعف الوعي المالي والإداري لدى بعض المستثمرات في

هذا المجال، مما يؤدي إلى تعثر بعض المشاريع في مراحلها الأولى بسبب سوء التخطيط أو نقص

الخبرة. كما أن المنافسة الشديدة من العلامات التجارية العالمية والصالونات المملوكة لشركات ذات رأس مال كبير تُشكل

عائقاً أمام المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تديرها النساء، مما يستدعي سياسات دعم نوعية تحمي وتُعزز نمو هذه

المشروعات.

إلى جانب ذلك، ما زال هناك بعض القيود الاجتماعية والثقافية التي قد تُعيق انطلاقة بعض رائدات الأعمال في

المناطق الأقل انفتاحاً، لا سيما في الجوانب المرتبطة بإدارة الموظفين، أو تسويق العلامة التجارية بشكل علني، أو حضور

الفعاليات التجارية والتدريبية التي تُقام في مناطق بعيدة. كذلك يُمثل الحصول على التراخيص النظامية ومواءمة المنتجات مع

المعايير الصحية والتجميلية تحدياً إضافياً يتطلب معرفة تقنية وتنظيمية دقيقة.

في المجمل، فإن تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية في قطاع التجميل بالمملكة يُبرز الحاجة إلى مزيد

من الدراسات المعمقة والتدخلات المؤسسية التي تدعم هذه الفئة الحيوية. إذ أن النجاح في تمكين المرأة السعودية في هذا

القطاع لا يعود بالنفع عليها فقط، بل يُسهم بشكل مباشر في تعزيز الاقتصاد المحلي، وخلق فرص عمل جديدة، وتعزيز دور

المرأة كمحرك تنموي أساسي في بناء اقتصاد متنوع ومستدام.

انطلقاً من ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية؛ دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية هذه الدراسة على إسهاماتها النظرية والتطبيقية فيما يلي:

الأهمية النظرية:

- ✓ إثراء الأدبيات العلمية في مجال ريادة الأعمال، من خلال دراسة معمقة للعلّة بين التحديات والفرص التي تواجه رائدات الأعمال في قطاع التجميل، وتسلط الضوء على العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المؤثرة في بيئة العمل النسائية في المملكة، لا سيما في مدينة الرياض التي تُعد مركزاً اقتصادياً مهماً.
- ✓ تقديم إطار نظري حديث يربط بين محددات ريادة الأعمال النسائية مثل (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) وبين مخرجات الأداء الريادي مثل (الاستمرارية، النمو، الابتكار، وخلق فرص العمل)، مع تحليل دقيق للفروق بين التحديات الميدانية والفرص المتاحة في سوق التجميل النسائي السعودي.
- ✓ سد فجوة معرفية في البحوث المحلية التي لم تتناول بشكل كافٍ الطابع الخاص لقطاع التجميل كرائد في توظيف المرأة السعودية وتمكينها اقتصادياً، لا سيما في ظل التحولات الثقافية والاجتماعية الجارية، مما يفتح آفاقاً جديدة أمام البحث العلمي في مجالات ريادة الأعمال النسائية المتخصصة.

✓ المساهمة في بناء أدوات بحثية وتقييمية يمكن استخدامها مستقبلاً لقياس درجة النضج الريادي لدى رائدات الأعمال في القطاع الجمالي، وتحديد سبل تعزيز قدرتهم على التكيف مع التغيرات السوقية، والتغلب على العوائق البنوية والمؤسسية.

الأهمية التطبيقية:

✓ دعم صناع القرار في الجهات الحكومية والمؤسسات الداعمة لريادة الأعمال النسائية، من خلال توفير بيانات ميدانية دقيقة حول التحديات والفرص التي تواجه رائدات الأعمال في قطاع التجميل، بما يساهم في تصميم برامج دعم أكثر فعالية وتخصصاً.

✓ تمكين رائدات الأعمال من خلال تقديم توصيات عملية تستند إلى نتائج البحث، تساهم في تطوير خططهن التشغيلية، وتحسين قدرتهن على مواجهة التحديات التمويلية والإدارية، واستثمار الفرص التي يتيحها السوق المحلي المتمامي في مجال الجمال والعناية الشخصية.

✓ رفع كفاءة البرامج التدريبية الموجهة للنساء الراغبات في الدخول إلى عالم الأعمال، من خلال تسليط الضوء على المهارات الإدارية والابتكارية المطلوبة لنجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة في قطاع التجميل، وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال بين السعوديات.

✓ تحقيق أثر اقتصادي مباشر من خلال دعم نمو المشاريع النسائية، وزيادة مساهمتها في الناتج المحلي، وخلق فرص عمل مستدامة للنساء في بيئة عمل تناسب طبيعة المرأة السعودية، مما يعزز من تمكينها الاجتماعي والاقتصادي، ويساهم في تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض، ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

✓ تحليل التحديات والفرص في التمويل بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

✓ تحليل التحديات والفرص في المهة الإدارات الإدارية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

✓ تحليل التحديات والفرص في الدعم المؤسسي بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

✓ تحليل التحديات والفرص في البيئة الاجتماعية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: ما أثر التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض، وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

- إلى أي مدى تسهم التحديات والفرص في التمويل بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض؟
- ما أثر التحديات والفرص في المهارات الإدارية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض؟
- كيف يؤثر التحديات والفرص في الدعم المؤسسي بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض؟
- إلى أي مدى يسهم التحديات والفرص في البيئة الاجتماعية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها يمكن للباحث اعتماداً على الإطار النظري المتعلق بالدراسة، واستناداً إلى نتائج الدراسات السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الأربع التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتمويل بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات الإدارية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

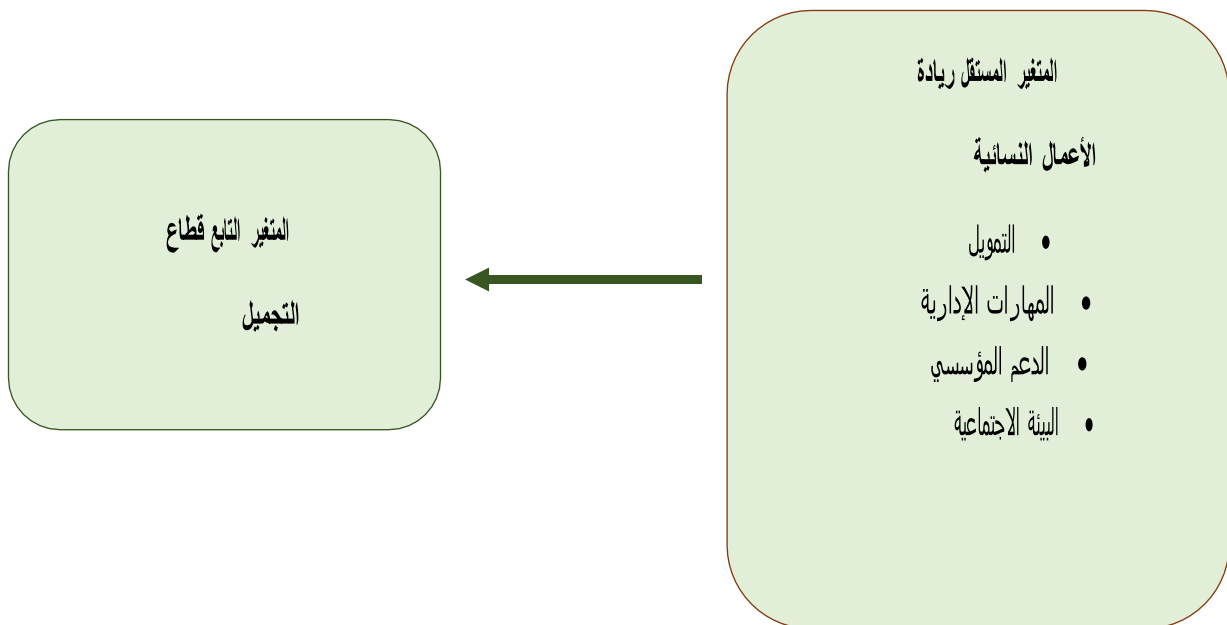
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للدعم المؤسسي بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبيئة الاجتماعية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

نموذج الدراسة:

المتغير المستقل: ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية).

المتغير التابع: قطاع التجميل.



المصدر: من عمل الباحث

الدراسات السابقة:

دراسات عن ريادة الأعمال النسائية

دراسة (الغريب، 2021)، بعنوان دور الريادة النسائية وأهرف في دعم معطيات التنمية المستدامة في

ضوء خطة التنمية المستدامة 2030

هدف البحث إلى التعرف على دور التمكين القيادي للمرأة أثر الريادة النسائية في دعم معطيات التنمية المستدامة، من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف وهي: التعرير بمفهوم الريادة النسائية، والتنمية المستدامة وعدد من التعريفات المرتبطة بها، وتوضيح مدى أهمية الريادة النسائية مع التعرف على أهم التحديات التي قد تمثل عائقاً أمام الريادة النسائية، ومن ثم التوصل إلى حلول ومقترحات تساهم في التعرف على الكيفية التي يمكن من خلالها زيادة فاعلية ريادة الأعمال النسائية. وقد كانت أهم نتائج البحث أنه لا بد من العمل على زيادة التوعية الشاملة بدور وأهمية المرأة على مختلف الأصعدة. العمل على دمج ريادة الأعمال بصلة عامة وريادة الأعمال النسائية بصلة خاصة في المناهج التعليمية في كافة المؤسسات التعليمية. العمل على زيادة استيعاب وتقبل المجتمع المحلي لمشروعات ريادة الأعمال النسائية من خلال نشرة الأفكار والمبادرات والتوعية بها وبفوائدها. تشجيع المنظمات الاجتماعية المحلية على استيعاب ودعم وتنفيذ أنشطة ريادة الأعمال النسائية على نطاق واسعة. العمل على تعزيز الابتكار والإبداع بمشروعات ريادة الأعمال النسائية على المستوى المحلي، وتوفير الدعم لرواد الأعمال النسائية لتطوير ابتكاراتهم وإبداعاتهم. إيجاد وتنمية عدد من الطرق المبتكرة لتطوير مشروعات ريادة الأعمال النسائية.

دراسة (شبيو، 2021)، بعنوان محددات ريادة الأعمال النسائية وفش مؤشرات المرمدة العالمية

لريادة الأعمال بالمملكة العربية السعودية: مقارنة تحليلية

هدفت الدراسة إلى معرفة خصائص ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية استناداً إلى محددات مؤشرات تقرير المصحة العالمي لريادة الأعمال عن ريادة الأعمال النسائية 2019-2020. وقد توصينا إلى أن للمرأة السعودية اهتمام بالقيم الاجتماعية الإيجابية وبمجال ريادة الأعمال، وهذا ما يترجم ارتفاع معدل نواياها وإمكانية مساهمة اهتمامها في توفير فرص العمل بالرغم من خوفها من الفشل ولا تتميز ريادة الأعمال النسوية بالمملكة بمعدلات منخفضة في المراحل المستقرة مقارنة بمتوسط معدلات المرصدا عكس ما هو في المراحل المبكرة.

دراسة (الكتبي، 2024)، بعنوان ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السعديات، والتحديات

هدفت الدراسة إلى التحقيق في الوضع الحالي لريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث الخصائص الشخصية والاهتمامات المهنية والاجتماعية لرائدات الأعمال، والدوافع التي تدفعهن للدخول في مجال ريادة الأعمال، والتحديات التي يواجهونها. ولتحقيق هذه الأهداف، استخدمت الدراسة طريقة

بحث مسحية مع عينة هادفة من ٢١٠ سيدة أعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة. تم استبيان أعمال أداة المسح لجمع البيانات. وكشفت الدراسة أن رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة يملكن مجموعة متنوعة من السمات الشخصية والاجتماعية والمهنية، بما في ذلك التنوع والمرونة وقدرات الإقناع. كما أظهرت النتائج أن رائدات الأعمال يحفزها عوامل مختلفة، بما في ذلك تلك الناجمة عن الشهرة والاهتمامات الشخصية والثروة والمكانة، في حين برزت فرص العمل المحبوبة والطلق كعوامل محفزة مهمة. بالإضافة إلى ذلك، حددت الدراسة العديد من التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك التحديات الشخصية والاهتمامات المهنية مثل نقص المهارات التسويقية، فضلاً عن التحديات البيئية مثل عدم كفاية رأس المال في مرحلة البدء، والإجراءات الحكومية المعقدة. وأوصت الدراسة بأن

بصفة دورية إعطاء اهتمام أكثر والتزام أكبر من طرف القيادة العليا في البلد لمشقة دور حاسة دورات الأعمال النسائية، لتتبع أدائها ومراحل تطور مشروعها المقاولاتي.

د ارسنة (الهليلي، 2022)، بعنوان تحديات ريادة الأعمال النسائية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر

الهدف من هذه الورقة البحثية هو محاولة إبراز مختلف التحديات التي تواجه المرأة عموماً عند إقامتها لمؤسسة صغرية أو متوسطة، والتي من شأنها أن تقلص من فرص التحاقها بعالم الشغل وتحقيق الريادة في أمة الهمة، وهذا بغية النهوض بالمرأة في عالم الشغل. والوقوف على حجم تأثير عمالة المرأة في الحياة الاقتصادية على مساهمة تقبلها التنموي. إن المرأة الجزائرية بالخصصة توصف بكونها متطوعة إبراز تميزها في شتى المجالات التنموية، مما جعلها تتجاوز الحدود التي حكمتها العادات والتقاليد المجتمعية، باقتحامها لعالم المقاولات، بالرغم من كد تلك التحديات التي تواجهها من أجرة ذلك تحقيق طموحها من جهة، وتعزيز دورها كمنصة أساسية في بناء المجتمع الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية من جهة أخرى. كانت أهم نتيجة توصّلنا إليها، ومن خلل تحليلنا لمختلف البيانات المتاحة، أن هناك ثمة تحديات تحول دون وصول المرأة الجزائرية لهذا الطموح لاسيما ما تعلق منها بالجانب التمويلي.

د ارسنة (بسة دور، 2023)، بعنوان ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: قراءة من التقارير والمؤتمرات

العالمية

تسعى هذه الدراسة إلى واقع ريادة الأعمال النسائية في الجزائر مقارنة بباقي دول العالم بهدف تقديم عرض وصلة في تحليلي لواقع الحال بصفة عامة تتند إلى بيانات وتقارير عالمية أجرتها بعض الهيئات الدولية بصفة خاصة ريادة الأعمال النسائية، وخلصت الدراسة إلى أنه رغم رغبة الدولة الجزائرية في رفع مساهمة ريادة الأعمال بصفة عامة والنسائية منها بصفة خاصة وسعيها في توفير البيئة الملائمة لذلك، ومع

تسعة حيل زيادة في أرقام السة سنوات الأخيرة إلا أن جميع التقارير العالمية ومؤشرات زيادة الأعمال النسبة الثانية صفت الجزائر ضمن مراتب متأخرة جدا مقارنة بمختلف الاقتصادات عالميا وإقليميا.

دراسة دور مساهمة أجازة الدعم والمرافقة في تطوير المقاتلة النسبة قوية في

قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تيبازة

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ميدان المقاتلة النسائية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تياره، حيث يمثل هذا القطاع مجالا خصبة للنساء بامتياز لما له من مؤهلات وموارد تتناسب مع ظروفها، قدراتها ومهاراتها، مع الإسهام في المساهمة في التنمية الاقتصادية التي تقدمها الدولة في إطار سياسة التنمية لدعم ومرافقة هذه القطاعات، ممثلة في مختلف هيئات وأجهزة دعم وتمويل المشغلين الصناعيين، باعتبار أن هذا القطاع من القطاعات الهامة في الاقتصاد المحلي، كما تم التوصل إلى أن المقاتلة النسائية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف في ولاية تياره ضعيفة، ويرجع ذلك إلى توجه المرأة إلى قطاعات أخرى بسبب تطور مستوياتها التعليمية والرغبة في تحقيق الذات.

د اړسة (ذهبی، 2021)، بعنوان المعرفة والشبكات كآلية لدعم ريادة الأعمال: قراءة في تجارب منطقة

MENA والاقتصاديات الناشئة

هدفت الورقة إلى محاولة جمع وفهم البحوث المجزأة حول ريادة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط والشرق الأوسط وشمال إفريقيا والاقتصاد الناشئة. تجري مراجعة ونحاول فهم الأدبيات المجزأة في بيانات مختلفة حول مساهمة الجنسية. أظهرت النتائج أن إنشاء المؤسسة، الصلة، والمتوسطات المتوسطة، ولكن بمعدل أقل من المتوسطات العالمية في منطقة MENA. كما أن المتزايد للاستخدام الشبكات القائمة على المعرفة لإنشاء أعمال جديدة، وتبادل المعرفة داخل المنطقة وخارجها.

مع وجود فجوة مهمة في هذا المجال تتمثل في الافتقار إلى الدراسات التي تحلل ريادة الأعمال النسائية التي لا تستخدم لغة الشبكات (مثل الروابط والشبكات).

دراسة (الكتبي، 2023)، بعنوان **ريادة الأعمال النسائية بين الواقع والمأمول: دراسة ومفحة تحليلية**

[illegible]

The Role of Social Media in Women's Entrepreneurship in the UAE: Implications for Gender Development and Equality دراسة (Al-Shantali, 2022)، بعنوان

19

بالإضافة إلى ذلك، ساهمت وجود وساطة التواضع الاجتماعي في إعادة صياغة أدوارها في المجتمع ووضعها في السياق الصحيح لتصبح مستقلة مالياً.

د. أرسنة (Al-Batayneh, 2020)، **بعض العوامل المؤثرة في نية المرأة في إنشاء مشاريع تجارية**

Entrepreneurial Intention in Jordan

هدفت هذه الورقة إلى الدراسة إلى فحص العوامل التي تؤثر على نوايا المرأة في أن تصبح رائدة أعمال في العقبة. تساهم الدراسة في فهم العوامل المؤثرة في نية المرأة في إنشاء مشاريع تجارية. تم توزيع استبيان لجمع البيانات الأولية من المسلمات في العقبة الذين تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع الدراسة والذي يشتمل على جميع النساء في المشقة في العقبة.

المنظمات الخيرية في مدينة العقبة. تم توزيع ما مجموعه 400 استبيان على الإنترنت. تم الحصول على 312 استبياناً بمعدل استجابة 78.0%. أظهرت النتائج أن الموقف من ريادة الأعمال، المؤثرات الاجتماعية والعوامل المؤثرة أثرت بشدة على نية المرأة في إنشاء مشاريع تجارية في مدينة العقبة. من بين هذه العوامل، كفاءة للموقف تجاه ريادة الأعمال، الأثر الأكبر لتأثير العوامل المؤثرة ثم المؤثرات الاجتماعية. تقترح هذه الدراسة أن الجامعات، الحكومة ووساطة التواضع الإعلاني يجب أن يلعب دوراً أقوى في تعزيز ريادة الأعمال النسائية.

د. أرسنة (Ghiat, 2020)، **بعض العوامل المؤثرة في نية المرأة في إنشاء مشاريع تجارية**

Training: The Case of Master Female Students in Social Sciences

هدفت هذه الورقة إلى دراسة تأثير التدريب على رفع مستوى الوعي المقاولاتي لدى المرأة الجزائرية، وتتيح لها فرصاً لتحسين إيراداتها المالية ومكانتها الاجتماعية. حيث أجريت دراسة ميدانية

على عينة من 30 طالب في مرحلة ماستر في العلوم الاجتماعية بجامعة وهران 2. ومن خلال

تطبيق برنامج تدريبي، أثبتت الدراسة السابقة أن الطالبات أصعب من أن أكثر توجهن نحو المقاولاتية، وأنهن تتميزن بمجموعة من الخصائص النفسية المسببة لإعادة على نجاحهن، وأقل خوفاً من الفشل، أكثر وعياً بأهمية المقاولاتية في حل مشاكلهن وتحسين ظروفهن المادية والمعنوية وتحقيق طموحاتهن.

الفجوة البحثية:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بريادة الأعمال النسائية، يتضح أن هناك زخماً بحثياً متزايداً في تناول موضوع ريادة المرأة في السياق العربي والخليجي، إلا أن الدراسة الحالية "تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض" تميزت عن هذه الدراسات بعدة أوجه، ما يجعلها تسد فجوة بحثية واضحة في الأدبيات الأكاديمية.

فمن ناحية، ركزت العديد من الدراسات السابقة، مثل دراسة (الغريب، 2021) ودراسة (الكتبي، 2024)، على البعد العام لريادة الأعمال النسائية وعلقتها بالتمكين الاقتصادي والتنمية المستدامة، دون التطرق التفصيلي للقطاعات المهنية التي تمارس فيها النساء ريادتهن. كما أن دراسات مثل (علويط، 2020) و(الهليلي، 2022) ركزت على السياق الجزائري، وتناولت بيئة ريادة الأعمال من منظور تحديات التمويل والدعم المؤسسي، إلا أنها لم تتطرق لتقاطع ريادة الأعمال مع الخصوصية القطاعية والمهنية مثل قطاع التجميل، وهو ما تنبأه الدراسة الحالية بشكل مباشر.

وعلى الرغم من أن بعض الدراسات مثل (شيويو، 2021) قد استخدمت مؤشرات عالمية مثل تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال، إلا أنها اكتفت بالتحليل الكلي لواقع الريادة النسائية في المملكة دون النزول إلى عمق الممارسة الميدانية، ولا سيما ضمن قطاعات بعينها أو في مدينة محددة مثل الرياض،

التي تعد مركزاً اقتصادياً وتنموياً مهماً. من هنا، تأتي أهمية الدراسة الحالية في استهدافها لفئة محددة (رائدات الأعمال في قطاع التجميل)، في بيئة حضرية ديناميكية، مما يمنحها بعداً تطبيقياً مغايراً.

ومن زاوية أخرى، نجد أن بعض الدراسات مثل (Al-Shantali, 2022) تناولت دور أدوات التكنولوجيا والمنصات الرقمية في دعم رائدات الأعمال، غير أنها لم تربط ذلك بالسياق القطاعي للتجميل، الذي يعتمد بدرجة كبيرة على استراتيجيات التسويق الرقمي والتفاعل مع العملاء عبر وسائل التواصل

الاجتماعي. كما أن دراسات مثل (طلحي، 2022) ركزت على الحاضنات والمؤسسات الداعمة، دون تحليل داخلي لواقع رائدات من حيث القدرات والتحديات اليومية التي تواجههن، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى تحليله من منظور شامل.

أيضاً، على الرغم من تعدد الدراسات التي أُجريت في السياق الخليجي والعربي، فإنها ركزت إما على سمات الرياديات أو على البيئة المعيقة لنمو المشاريع النسائية، لكنها لم تدمج في تحليلها بين الفرص الكامنة والتحديات القائمة في قطاع اقتصادي محدد مثل التجميل، الذي يتميز بإقبال نسائي كبير ويُعد بوابة للتمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة السعودية. كما أن القليل من هذه الدراسات استخدم المنهج الميداني المستند إلى استقصاء مباشر لآراء رائدات الأعمال، مما يمنح الدراسة الحالية بعداً تطبيقياً وميدانياً أكثر دقة وواقعية.

بناءً على ما سبق، يتضح أن الفجوة البحثية التي تسدها الدراسة الحالية تكمن في التركيز المتعمق على قطاع تجميلي له طابع اقتصادي واجتماعي خاص، وتحليل التجربة النسائية فيه من حيث التحديات والفرص، باستخدام منهج ميداني دقيق في بيئة حضرية متقدمة كمدينة الرياض. وهذا يمنح الدراسة أهمية أكاديمية وتطبيقية في آن واحد، ويجعلها إضافة نوعية للأدبيات العلمية في ريادة الأعمال النسائية في العالم العربي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند الدراسة الحالية، المعنونة بـ "تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض"، إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تشكل الإطار المفاهيمي والمنهجي الذي تستند إليه لفهم الظاهرة قيد الدراسة. فمن حيث الأساس النظري، تنطلق الدراسة من مفهوم ريادة الأعمال بوصفها آلية اقتصادية واجتماعية تتيح للأفراد، لا سيما النساء، تأسيس مشروعات مستقلة تعزز من دورهم في النشاط الاقتصادي وتكفل لهم فرصاً للتمكين الشخصي والاجتماعي. وتُعنى الدراسة، بشكل خاص، بريادة الأعمال النسائية في ضوء التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تشهدها المملكة العربية السعودية، لا سيما في ظل رؤية 2030 التي أكدت على تعزيز مشاركة المرأة في سوق العمل وتشجيع ريادتها في مختلف القطاعات الاقتصادية.

وتقوم الدراسة على استيعاب العلاقة التفاعلية بين ريادة الأعمال النسائية والفرص المتاحة في قطاع التجميل، والذي يُعد من أبرز القطاعات التي تحظى بإقبال النساء السعوديات، لما يتمتع به من مرونة مهنية، وخصوصية اجتماعية، وإمكانية تحقيق الاستقلال المالي بأدوات بسيطة نسبياً. غير أن هذا القطاع، رغم جاذبيته، لا يخلو من التحديات التي تواجه رائدات الأعمال، سواءً من حيث القدرة على الوصول إلى مصادر التمويل، أو التسويق والمنافسة، أو التوفيق بين الأدوار الاجتماعية والمهنية. لذلك، تسعى الدراسة إلى تحليل هذه التحديات ضمن إطار سوسيواقتصادي يعكس الواقع المحلي لمدينة الرياض، بما تحمله من خصائص ديموغرافية واقتصادية وتنظيمية تجعلها بيئة مثالية لدراسة الظاهرة.

كما تنطلق الدراسة من الأدبيات النظرية التي تناولت دوافع ريادة الأعمال النسائية، والتي تتوزع بين دوافع "التحقق الذاتي" والرغبة في الاستقلال المالي وتحقيق الذات، وبين دوافع قهرية فرضتها ظروف

البطالة أو محدودة الفرص الوظيفية التقليدية. وتُحِيل الدراسة في هذا السياق إلى نظريات التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة، التي ترى في ريادة الأعمال أداة فاعلة لتحقيق مشاركة المرأة في التنمية، وتحريرها من التبعية الاقتصادية، وتأكيد دورها كمساهمة في بناء المجتمع.

وتسعى الدراسة إلى فهم ديناميكية التفاعل بين التحديات والفرص، من منطلق أن التحديات لا تمثل عوائق فقط، بل قد تكون محفزات للابتكار والتكيف وتوليد حلول غير تقليدية، خاصة في بيئة تشهد تحولات متسارعة على المستوى التنظيمي والاقتصادي. ويُنسَى هذا التحليل على أدبيات "المنظور البيئي لريادة الأعمال" الذي يربط نجاح المشاريع الريادية بمستوى الدعم المؤسسي، والبيئة القانونية، والبنية التحتية، ومدى توفر التسهيلات المالية والتدريبية، وكلها عناصر تسعى الدراسة إلى تفصيلها في سياق التجربة النسائية بقطاع التجميل في الرياض.

في ضوء هذه المنطلقات النظرية، تتبنى الدراسة مقاربة تحليلية شاملة لا تقتصر على استعراض التحديات أو الفرص بمعزل عن السياق، بل تسعى إلى فهم العلاقات المتشابكة بين العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في قدرة المرأة السعودية على تأسيس مشروع ناجح ومستدام في قطاع التجميل.

كما تحرص الدراسة على ربط النتائج برؤية السعودية 2030 بوصفها الإطار المرجعي الوطني الذي يدفع نحو تمكين المرأة ويُعيد رسم دورها الاقتصادي في المجتمع.

المناجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوت مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل

التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل

عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملئاً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي ستنطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يساهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

مصادر جمع البيانات

➤ المصادر الثانوية: وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.

➤ المصادر الأولية: اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث" حيث تكونت

من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة بة: النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.

- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية لتحقيق أهداف الدراسة:

- معامل " ألفا كرونباخ" لقياس ثبات أداة الدراسة ومعامل الارتباط بيرسون لقياس صدق أداة الدراسة والعلقة بين المتغيرات

- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلقة بمتغيرات الدراسة ولجميع الاستجابات على فقرات الاستبيان.

- معامل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر كل بعد من أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع

أداة الدراسة

تم تصميم الاستبانة في الدراسة الحالية لتناسب مع متغيرات البحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. تتكون الاستبانة من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: يتناول المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين في وزارة الصحة السعودية، ويشمل المسمى الوظيفي، العمر، المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة.

القسم الثاني: يحتوي على الفقرات التي تقيس المتغيرات المستقلة والتابعة في الدراسة.

أولاً: المتغير المستقل - ريادة الأعمال النسائية، ويُقاس من خلال 20 فقرة مقسمة لثلاثة أبعاد رئيسية:

1. التمويل
2. المهارات الإدارية 3. الدعم
- المؤسسي 4. البيئة الاجتماعية

هاتياً: المتغير التابع - قطاع التجميل، ويُقاس من خلال (10) فقرة موزعة.

حدود الدراسة:

- حدود موضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها مجمعة والمتمثلة في (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.
- حدود مكانية: تُجرى الدراسة على قطاع التجميل في مدينة الرياض.

- حدود زمنية: تم إعداد الدراسة في عام 2025.
- حدود بشرية: تقتصر الحدود البشرية لهذه الدراسة على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.

المراجع:

- الغريب، أيمن فاروق أنور. (2021). دور الريادة النسائية وأثره في دعم معطيات التنمية المستدامة في ضوء خطة التنمية المستدامة 2030. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج12، ع2 ، 1 - 44.
- شيبو، سليمان، و بن أحمد، الحاجة سعيدة. (2021). محددات ريادة الأعمال النسوية وفق مؤشرات المرصد العالمي لريادة الأعمال بالمملكة العربية السعودية: مقارنة تحليلية. مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مج7، ع2 ، 663 - 676.
- الكتبي، ربيعة سعيد علي، و يعيش، وسيلة. (2024). ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات، المحفزات، والتحديات. مجلة الآداب، ع148 ، 427 - 480.
- الكتبي، ربيعة سعيد علي، و يعيش، وسيلة. (2023). ريادة الأعمال النسائية بين الواقع والمأمول: دراسة وصفية تحليلية. مجلة الآداب، ع145 ، 365 - 406.
- الهللي، أحمد نبيل، بن عبدان، آمنة، و عياد، ليلي. (2022). تحديات ريادة الأعمال النسوية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، مج8، ع3 ، 225 - 242.
- طلحي، فاطمة الزهراء، و بوغالم، زينب. (2022). حاضنات الأعمال ك لية لدعم وتعزيز ريادة المقاولات النسوية: تجارب عربية ناجحة. مجلة أبحاث، مج7، ع2 ، 329 - 339.
- علوي، أميرة، و بولوي، عبدالوافي. (2020). ريادة الأعمال النسوية كمدخل لتحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر: حالة الجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مج4، ع2 ، 1 - 16.

- بسود، مبارك، و عزيزي، أحمد عكاشة. (2023). ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: قراءة من التقارير والمؤشرات العالمية. مجلة الميادين الاقتصادية، مج6، ع1 ، 357 - 376.

- لعور، عبدالعالي، عزيزان، فاطمة الزهراء، و بوبعة، عبد الوهات. (2024). مساهمة أجهزة الدعم والمرافقة في تطوير المفاوالاتية النسوية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تيارزة. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، مج27، ع2 ، 347 - 362.

- ذهبي، فاطمة الزهراء. (2021). المعرفة والشبكات ك لية لدعم ريادة الأعمال: قراءة في تجارت منطقة MENA والاقتصاديات الناشئة. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، مج8، ع2 ، 453 - 471.

- Al-Shantali, Alia Mohammed, and Bin Musa, Mohammed. (2022). The Role of Social Media in Women's Entrepreneurship in the UAE: Implications for Gender Development and Equality. University of Sharjah Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 19, No. 3, 588-618.
- Al-Batayneh, Wafaa Muhammad Dhib, and Al-Majali, Malik Muhammad Dhiab. (2020). Factors Influencing Women's Entrepreneurial Intention in Jordan (Unpublished Master's Thesis). Mutah University, Mutah.
- Ghat, B. (2020). Raising Entrepreneurship Awareness Through Training: The Case of Master Female Students in Social Sciences. Journal of Economic Researcher, Vol. 8, No. 13, 149-171.
-

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Entrepreneurship



**" Analyzing the challenges and opportunities of female
entrepreneurship in the beauty sector in the Kingdom
of Saudi Arabia: A field study on female entrepreneurs
in Riyadh"**

Preparation:

Bayan Saud Othman Gaish

243002019

Supervision:

Dr. Ahmed Rajeh

1447-2025