

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في
المملكة العربية السعودية منطقة الرياض
(دراسة ميدانية)

**The role of social media in promoting entrepreneurship
and innovation among young people in the Kingdom of
Saudi Arabia, Riyadh region (field study)**

إعداد

أحمد عبدربه محمد

إشراف

د. ماهيتاب ماهر الرافعي

2024

المقدمة

تولي الحكومات حول العالم اهتمامًا متزايدًا بأهمية ريادة الأعمال والابتكار في معالجة قضايا التوظيف وتنمية الاقتصاد، وفي المملكة العربية السعودية يعكس هذا التوجه رؤية المملكة 2030، التي تهدف إلى تنمية الموارد البشرية وتحقيق تنمية اجتماعية واقتصادية شاملة تضمن الرفاهية وتطوير بيئة الأعمال (العنبي، 2017). تُعتبر ريادة الأعمال رافعة أساسية لتحقيق هذه الأهداف، حيث يسعى العديد من الشباب والشابات إلى الدخول في مشاريع ريادية، مدفوعين بتوجهات الحكومة لدعم الابتكار وزيادة المشاركة في سوق العمل (مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، 2016).

ومع التزايد الملحوظ لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب، أصبحت هذه الوسائل أداة فعالة في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار، فقد باتت منصات التواصل الاجتماعي بمثابة قناة لتبادل الأفكار والمعلومات بين الشباب، وتشكيل شبكات دعم تسمح لهم بالتعاون والابتكار (حامد، مهند 2017). كما أثرت هذه المنصات بشكل كبير في توسيع مدارك الشباب السعودي حول فرص ريادة الأعمال، مما دفع الكثير منهم لتأسيس مشاريعهم الخاصة أو تطوير أفكار مبتكرة لتلبية احتياجات السوق المحلية، علاوة على ذلك، تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على الوصول إلى الموارد المالية، مثل منصات التمويل الجماعي، التي تمكن الشباب من الحصول على الدعم المالي الضروري لتحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، هذا يساهم في خفض الحواجز المالية التي تعيق الكثير من رواد الأعمال الجدد.

تتسم وسائل التواصل الاجتماعي بقدرتها على تمكين التواصل المباشر بين الشباب وأصحاب الخبرات والموجهين في مجالات الأعمال المختلفة، هذا التفاعل يعزز من فرص تبادل المعرفة ويتيح للشباب التعلم من تجارب الآخرين وتفادي الأخطاء الشائعة التي قد تعترض طريقهم في مراحل بناء مشاريعهم (محمد وعبد الكريم، 2021)، كما تساهم هذه الوسائل في خلق فرص شراكات جديدة بين الشباب سواء على المستوى المحلي أو الدولي، مما يساعد على توسعة نطاق الابتكار وتوفير حلول إبداعية تتوافق مع احتياجات السوق المتغيرة بالإضافة إلى ذلك، تعمل هذه المنصات على تسهيل عملية الوصول إلى الأسواق والعملاء المحتملين، حيث يمكن لرواد الأعمال استخدامها كأداة تسويقية لمنتجاتهم وخدماتهم بتكلفة منخفضة وفعالية عالية.

من هنا تعد وسائل التواصل الاجتماعي واحدة من أهم الأدوات التي تساعد على نشر ثقافة ريادة الأعمال وتعزيز الابتكار بين الشباب، وتلعب دورًا أساسيًا في تمكينهم من الوصول إلى المعلومات والموارد الضرورية لبدء مشاريعهم، سواء من خلال المعرفة المباشرة أو من خلال التواصل مع خبراء وموجهين في مجالات الريادة المختلفة (محمد وعبد الكريم، 2013). ويعد هذا النوع من التواصل ذا أهمية خاصة للشباب في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المملكة لتفاعل المستمر بين الشباب والخبراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في بناء مجتمع ريادي يعتمد على التوجيه المستمر والدعم المتبادل، مما يعزز من فرص النجاح والاستمرارية للمشاريع الريادية.

تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا دورًا رئيسيًا في تعزيز الوعي بأهمية الريادة، وخلق مجتمع شبابي يساند بعضه البعض في تحديات العمل الريادي، وقد أصبح للشباب القدرة على استكشاف الفرص، وتقديم أفكار مبتكرة تساهم في التنمية الاقتصادية، مما يعكس أهمية دعم تلك المنصات كأداة فعالة في تهيئة

البيئة المناسبة لريادة الأعمال (McClelland et al., 2015)، ومن خلال دعم روح الابتكار والتجربة، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب السعودي التفاعل مع التغيرات التقنية والتجارية بشكل فعال، ما يساهم في تحقيق تنمية اقتصادية متوازنة ومستدامة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن وسائل التواصل الاجتماعي توفر بيئة مناسبة لتبادل الخبرات حول أفضل الممارسات في ريادة الأعمال، حيث يمكن للشباب متابعة قصص النجاح والدروس المستفادة من رواد أعمال سابقين، هذا يعزز من فهمهم للتحديات والفرص المتاحة، ويساعدهم على تطوير استراتيجياتهم الخاصة للتغلب على العقبات التي قد تواجههم، ومن خلال التواصل والتعلم المستمر يستطيع الشباب تطوير كفاءاتهم والارتقاء بمستوى جاهزيتهم للدخول في سوق العمل وتحقيق النجاح في مشاريعهم الريادية، كما لا يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الوعي والتواصل فقط، بل يشمل أيضاً تعزيز القدرات الابتكارية لدى الشباب من خلال تسهيل الوصول إلى موارد التعليم المفتوح والدورات التدريبية التي تتعلق بريادة الأعمال، تقدم العديد من المنصات التعليمية المجانية والمدفوعة موارد تتيح للشباب تعلم مهارات جديدة وتطوير قدراتهم في مجالات متعددة مثل الإدارة المالية، والتسويق الرقمي، وإدارة المشاريع، هذه الموارد تساهم في تحسين جاهزية الشباب لدخول سوق العمل، وتزيد من فرص نجاحهم المبتكرين ورواد أعمال في بيئة تنافسية تتطلب مهارات متنوعة ومعرفة متخصصة.

من هنا، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً محورياً في تعزيز بيئة ريادة الأعمال لدى الشباب، فهي ليست مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل أصبحت منصة لتبادل الأفكار، والدعم المالي، والتوجيه، والتسويق، والتعلم. ومن خلال هذه الأدوار المتعددة تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تمكين الشباب من تحقيق طموحاتهم الريادية ويعزز مساهمتهم في الاقتصاد الوطني ويساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة التي تسعى المملكة إلى تحقيقها.

الدراسات السابقة:

لقد شكلت البحوث والدراسات السابقة ركيزة مهمة في فهم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب من مختلف الدول والثقافات، وقد اعتمدت هذه الدراسة على تحليل 20 بحثاً علمياً متخصصاً، جمعت بين مجالات الإعلام الرقمي، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها في تطوير روح ريادة الأعمال والابتكار.

1. Khan, S. (2024): تناولت هذه الدراسة الوصفية دور الابتكار في تعزيز التنمية المستدامة في مجال ريادة الأعمال، مركزةً على العلاقة الديناميكية بين ريادة الأعمال، والابتكار، والاستدامة، وتستخدم منهجية بحثية نوعية من خلال تحليل الأدبيات، والتقارير، ودراسات الحالة المتعلقة بريادة الأعمال المستدامة والابتكار، وأشارت الدراسة إلى وجود تحديات وفرص يواجهها رواد الأعمال عند تنفيذ حلول مستدامة، مع التأكيد على أهمية الممارسات الريادية الواعية والمسؤولة، وخرجت الدراسة بنتائج أن الابتكار ليس مجرد وسيلة لتحقيق الربح، بل هو وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة والمساهمة في

مستقبل أكثر عدالة واستدامة، وأكدت الدراسة أيضًا أن تبني ممارسات مستدامة يمكن أن يؤدي إلى ميزة تنافسية وتعزيز النمو الاقتصادي والاجتماعي.

2. **يحي، جيهان سيد أحمد (2019):** تناولت الدراسة تحليل مدى تعرض الجمهور للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمية، وتأثير ذلك على مستوى الثقة في الأداء الاقتصادي، واستخدمت هذه الدراسة أسلوب الدراسة الوصفية، وتستخدم منهج المسح كإطار عمل لها، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 400 فرد من أربع محافظات مصرية، معتمدين على استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الخدمات الاقتصادية الأكثر أهمية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية، من وجهة نظر الجمهور، تشمل نشر الأخبار، يليها توفير ملفات ومعلومات اقتصادية متخصصة.

3. **أبو غولة، سامي عطا الله (2019):** تناولت الدراسة كيفية معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية التنمية المستدامة في الوطن العربي، مع التركيز على نموذج شبكة التدوين المصغر "على منصة X"، واستخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي، حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، مستخدمةً أسلوب تحليل المحتوى لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في التغريدات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة، بينما تمثلت العينة في التغريدات التي تناولت هذه القضايا، واستندت الدراسة إلى أدبيات نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن نسبة 15.7% من القضايا التي تم التغريد عنها كانت تتعلق بعقد شراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، كما تبين أن السعودية كانت الأكثر تغريداً في هذا السياق، بنسبة 37.7%، تليها الإمارات بنسبة 13.6%، ثم مصر بنسبة 6.8%.

4. **(Xie، Qiao، Shao، Chen 2019):** تناولت الدراسة تحديد سلوكيات متابعة الجمهور الصيني للإعلام الاجتماعي الرقمي خلال الأزمات الاقتصادية، ومدى تأثير ذلك على ثقتهم في الأداء الاقتصادي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والنوعي لجمع وتحليل البيانات، وشملت عينة مكونة من 1080 مبحوثاً من فئة الشباب المشتركين في مواقع الإعلام الاجتماعي، وتم جمع البيانات عبر استبانة، وأظهرت التحليلات أن متابعة المبحوثين للإعلام الاجتماعي خلال أزمة انخفاض سعر صرف اليوان اتسمت بارتفاع مدة المتابعة وتكرارها، بالإضافة إلى التركيز على موضوع الأزمة، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة موجبة متوسطة بين سلوك متابعة الإعلام الاجتماعي الرقمي خلال الأزمات ومستويات الثقة في نجاح الأداء الاقتصادي في تجاوز الأزمة.

5. **(Khan، S.، Khan، S.، Aftab، M. 2018):** تناولت الدراسة تحليل عوامل انتشار الإعلام الرقمي وتأثيراته على معالجة الجمهور للقضايا الاقتصادية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وشملت عينة مكونة من 103 مستجيب، وتم جمع البيانات باستخدام استبانة، وأظهرت النتائج أن للإعلام الرقمي تأثيراً مؤكداً على معالجة الجمهور للقضايا الاقتصادية، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي ومفاهيم الجمهور تجاه القضايا، حيث ارتبط تأثير الإعلام الرقمي بتنوع مجالات الاقتصاد الحديث، مما يعكس تأثيره على مفاهيم الجمهور في مجالات الاقتصاد الحديثة والانتقالية والمتقدمة.

6. **الدبوسي، سامي الأخضر (2017):** تناولت الدراسة الضوء على ثقافة ريادة الأعمال، مع التركيز على تقييم هذه الثقافة لدى طلاب جامعة تبوك. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم تطبيق استبيان على عينة تتكون من 1228 طالباً من السنة النهائية في عدد من كليات الجامعة، وأظهرت النتائج أن طلاب جامعة تبوك يميلون للبحث عن الأمان الوظيفي في القطاع العام بدلاً من المبادرات الشخصية والتشغيل الذاتي، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة قوية بين بيئة الطالب وفكرة المشروع الذي يعتزم إنجازه، ولاحظت الدراسة توجه نحو المشروعات الفردية، مع تخوف من الدخول في شراكات.
7. **معايش، أميرة (2017):** تناولت الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز كفاءة الاتصال التسويقي، واعتمدت الدراسة على نتائج استقصائية شملت عينة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، وتم اختيارها بناءً على معايير الريادة من حيث عدد متابعي صفحاتها عبر هذه الشبكات، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وزيادة كفاءة الاتصال التسويقي لهذه المؤسسات.
8. **شلالي، الطاهر حسام الدين، وعبد القادر، بودي (2017):** تناولت الدراسة دور الترويج عبر الإنترنت في تحقيق الريادة التسويقية لمنظمات الأعمال، مع التركيز على عملاء شركة الهاتف النقال "أوريدو" في الجزائر، تم تطبيق استبيان على 88 مشاركاً من زوار المواقع الإلكترونية لشركة "أوريدو" وصفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الموقع الإلكتروني والريادة التسويقية.
9. **الحمالي، راشد محمد، والعربي، هشام يوسف مصطفى (2016):** تناولت الدراسة واقع ثقافة ريادة الأعمال وآليات تفعيلها في جامعة حائل من وجهة نظر هيئة التدريس، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم استخدام استبانة على عينة عشوائية مكونة من 234 فرداً، تمثل 30% من مجتمع الدراسة، وتوصلت النتائج إلى ضرورة وضع سياسات وأهداف محددة وخطط تنفيذية لتعزيز ريادة الأعمال في الجامعة.
10. **حسنين، إيمان عبد الحميد (2016):** تناولت الدراسة مدى توفر السمات الريادية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، وشملت العينة 318 طالباً وطالبة، وتم استخدام استبانة لجمع البيانات، وأظهرت النتائج وجود اختلاف بين الطلاب والطالبات في درجة توفر السمات الريادية، حيث تم تصنيف هذه السمات إلى أربع مجموعات رئيسية، هي: القدرة على تحمل المخاطرة، الرغبة في الإنجاز، الاستقلالية، ثم القدرة على اقتناص الفرص، وأخيراً المبادأة والابتكار.
11. **عبدالفتاح، محمد زين العابدين (2016):** تناولت الدراسة وعي طلبة السنة التحضيرية في جامعة الملك سعود بثقافة ريادة الأعمال، واتجاهاتهم نحوها، بالإضافة إلى أبرز معوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر الطلبة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وشملت عينة مكونة من 510 أفراد تم تطبيق استبانة عليهم، وأظهرت النتائج أن استجابة الطلبة مستوى معرفتهم بريادة الأعمال كانت مرتفعة، بينما كانت استجاباتهم بشأن اتجاهاتهم نحو ريادة الأعمال متوسطة، كما لم تُظهر النتائج أي فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس أو المسار الدراسي (إنساني أو علمي).

12. **النسور، حلا بلال بهجت وآخرون (2016):** تناولت الدراسة أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الأردن، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت استبياناً على عينة قصدية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تسويقية، وتوصلت النتائج إلى وجود أثر للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء، كما أظهرت وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحتوى المستخدم في هذه الوسائل على قرارات الشراء، وأوصت الدراسة بأهمية تبني الشركات لوسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها، خاصة في مجال التسويق، وتركيز جهودها على تحسين فعالية محتواها.

13. **الحديدي، نسرین عبده زكي، وسعد، نيرمين زين العابدين محمد (2016):** تناولت الدراسة الضوء على التحديات التي تواجه المرأة السعودية في مجال ريادة الأعمال بمدينة حائل، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت استمارة استبيان تم تطبيقها على 125 امرأة وفتاة مهتمة بريادة الأعمال، وأظهرت النتائج أن الخصوصية التي يفرضها المجتمع السعودي تعد من أبرز العوائق التي تمنع المرأة من ممارسة التجارة بشكل علني، تلتها العادات والتقاليد العامة في المرتبة الثانية، وأوصت الدراسة بأهمية تهيئة المجتمعات المحلية لقبول فكرة ريادة الأعمال للمرأة كمنتجة ومشاركة في هذا المجال.

14. **العتيبي، منصور بنايف، وموسى، محمد فتحي علي (2015):** تناولت الدراسة تحديد مستوى الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران. تركزت الدراسة على قياس درجة معرفة الطلاب بثقافة ريادة الأعمال، واتجاهاتهم نحوها، ومعوقات ريادة الأعمال في المجتمع السعودي من منظورهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق استبيان على عينة من 336 طالباً وطالبة، وتوصلت النتائج إلى أن درجة معرفة الطلاب بريادة الأعمال كانت مرتفعة، في حين كانت اتجاهاتهم نحوها متوسطة، وقد أظهرت المعوقات المتعلقة بريادة الأعمال من وجهة نظر الطلاب مستوى مرتفعاً.

15. **عيد، أيمن عادل (2015):** تناولت الدراسة توصيف واقع الجامعات العربية فيما يتعلق باتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال، والتعرف على العوامل المؤثرة على تلك الاتجاهات في جامعات مصرية وسعودية وكويتية، وشملت العينة 1256 طالباً، واستخدمت الدراسة أسلوب الاستقصاء، وأظهرت النتائج انخفاض مستوى المعرفة بريادة الأعمال بشكل عام لدى طلاب الجامعات العربية، كما تم التوصل إلى وجود اختلاف في اتجاهات طلاب بعض الجامعات نحو ريادة الأعمال وفق نوع الملكية، بينما لم تُظهر النتائج اختلافاً وفق مرحلة الاعتماد الأكاديمي الدولي، كما اتفق الطلاب في الجامعات العربية على العوامل المؤثرة على اتجاهاتهم نحو ريادة الأعمال وفقاً لنوع الملكية ومرحلة الاعتماد الأكاديمي.

16. **إدريس، عبد الجليل محمد حسن (2015):** تناولت الدراسة أثر ريادة الأعمال في معالجة البطالة في المملكة العربية السعودية، من خلال استعراض كيفية إيجاد حلول لمشكلة البطالة بين شباب المملكة، واعتمدت الدراسة على منهج وصفي، وشملت عينة طبقية عشوائية من 20 شاباً يعملون في مشاريع ريادية بمحافظة المجمعة، واستخدمت الدراسة أسلوب المقابلة الشخصية، والاستبيان، وأظهرت النتائج

صحة الفرضية التي تشير إلى وجود علاقة عكسية قوية بين تطبيق مشاريع ريادة الأعمال والحد من البطالة بين الشباب في المملكة.

17. **عبدان، عثمان إحسان (2015):** تناولت الدراسة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن، تم تطبيق استمارة استبيان على 400 طالب وطالبة من ثلاثة جامعات خاصة في الأردن، واعتُبرت الدراسة وصفية تحليلية، أظهرت النتائج تأثيراً كبيراً لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء إدارة علاقات الزبائن، كما كشفت عن وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه نحو الزبائن والتكنولوجيا المستخدمة في تحقيق رضا الزبائن.

18. **Zhang (2014):** تناولت الدراسة الخصائص النفسية لرواد الأعمال لدى طلاب الجامعات في الصين، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، و طبقت استبانة على عينة مكونة من 829 طالباً وطالبة، شملت الخصائص النفسية خمسة جوانب: قدرة المشاريع، معتقدات المشاريع، الوعي بتنظيم المشاريع، ودوافع تنظيم المشاريع، توصلت النتائج إلى زيادة وعي الطلاب بريادة الأعمال، وكشفت عن فروق كبيرة في الاعتقاد بالمبادرة والوعي والتحفيز بين الجنسين، ومع ذلك، كان وعي الطلاب بالمشاريع غير كافٍ في مجال الأعمال التجارية، مما يستدعي ضرورة تطوير المستقبل المهني للطلاب مع بذل الجهد لتحسين العوامل الأربعة الأخرى.

19. **(Clark & Melancon 2014):** تناولت الدراسة قياس أثر شبكات التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات مع الزبائن وإمكانية المحافظة عليها. استخدمت الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي كجزء من استثمار العلاقة واختبرت تأثيرها على الرضا والولاء، وتم إجراء استطلاع عبر مجلة معروفة في الولايات المتحدة، وشملت العينة 144 عملياً من شركات أمريكية متنوعة، وتوصلت النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تحقيق مستويات عالية من استثمار العلاقة، مما يؤدي إلى تحسين جودة العلاقة، وزيادة مستويات رضا الزبائن والولاء، بالإضافة إلى تعزيز الشعور الإيجابي وتداول الكلام الإيجابي عن المنظمة.

20. **(Dabic et al. 2013):** تناولت الدراسة الفروق الجنسية بين الطلاب والطالبات في اتجاهاتهم نحو ريادة الأعمال واحتياجات التعليم للريادة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم تطبيق استبانة على عينة مكونة من 3420 طالباً وطالبة من جامعات في أكثر من عشر دول، وتوصلت النتائج إلى وجود فروق بين الطلاب والطالبات، حيث أظهرت الدراسة أن الطالبات أقل استعداداً لبدء حياتهن في الشركات الخاصة، كما وُجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في الجدوى، رغم شعور الإناث بالدعم من أسرهن، إلا أنهن كن أقل ثقة بالنفس ويشعرون بالقلق تجاه ريادة الأعمال.

التعليق على الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات السابقة أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار، خصوصاً بين فئة الشباب، ومن خلال تسليط الضوء على التجارب الدولية والمحلية، يمكن استنتاج

أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي والمشاركة في الأنشطة الريادية، بالإضافة إلى دورها في تعزيز الثقة في الأداء الاقتصادي وريادة الأعمال.

غالبية الدراسات السابقة ركزت على فئة الشباب وخصوصاً طلاب الجامعات، وهو ما يتقاطع مع اهتمام الدراسة الحالية بفئة الشباب، وذلك بهدف فهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لديهم.

سعت بعض الدراسات إلى استكشاف دور وسائل الإعلام الجديدة في التنمية الاقتصادية بأبعادها المختلفة، بينما تركز الدراسة الحالية بشكل خاص على تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على الاستخدام الميداني لهذه الوسائل بين فئة الشباب.

معظم الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي ومنهج المسح وأدوات تحليل المضمون والاستبيان، وهو ما يتوافق مع منهجية الدراسة الحالية، إلا أن الدراسة الحالية تضيف عنصراً ميدانياً مهماً في سياق المملكة العربية السعودية، مما يساعد في فهم الفروق الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على ريادة الأعمال.

تُظهر الدراسات السابقة اهتماماً بالسّمات العامة والنفسيّة رياديّ الأعمال وآراء الطلاب الجامعيين تجاه ريادة الأعمال، بينما تتميز الدراسة الحالية بالتركيز على الشباب السعودي وكيفية تطوير معارفهم حول ريادة الأعمال والابتكار من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على تعزيز المبادرات الريادية في منطقة الرياض.

أكدت نتائج الدراسات السابقة في سياقات ثقافية مختلفة مثل مصر، السعودية، الصين، الأردن، والجزائر، على أهمية ريادة الأعمال ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات المستخدمين، والدراسة الحالية تعزز هذا الفهم من خلال دراسة مدى اعتماد الشباب السعودي، على شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز معارفهم واتجاهاتهم نحو ريادة الأعمال والابتكار بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030 وأهدافها لدعم ريادة الأعمال.

مشكلة الدراسة:

تنبع مشكلة الدراسة من أهمية تعزيز معارف ومهارات ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب السعودي، مع التركيز على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق هذا الهدف يعتبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أحد العوامل المؤثرة التي يمكن أن تسهم بشكل فعال في تطوير قدرات الشباب وتعزيز روح المبادرة والابتكار لديهم، وتأثيراتها الاجتماعية والاقتصادية على المجتمع السعودي بشكل عام وعلى الشباب بشكل خاص.

في ظل السعي المتواصل للمملكة العربية السعودية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وضمان فعاليتها واستمراريتها، تأتي أهمية ريادة الأعمال كأحد الدعامات الأساسية لمواكبة التحولات والتغيرات العالمية

المعاصرة، وتعد شبكات التواصل الاجتماعي أداة حيوية يمكن توظيفها لتعزيز ممارسات ريادة الأعمال وتنمية المهارات المرتبطة بها، مما يساهم في خلق بيئة محفزة لإقامة المشروعات الريادية وابتكار الحلول المستقبلية.

وقد أثبتت الدراسات السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في مختلف مجالات الحياة، مما يجعلها وسيلة مؤثرة في تزويد الشباب بالمعارف والمهارات اللازمة لتحويل ريادة الأعمال إلى ثقافة فردية ومجتمعية فعّالة، ومن هنا تأتي أهمية دراسة العلاقة بين اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز معارفهم ومهاراتهم في مجال ريادة الأعمال والابتكار، وذلك في إطار رؤية المملكة 2030 الهادفة إلى تمكين الشباب وخلق بيئة داعمة للابتكار والتنمية الاقتصادية.

تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفهم ومهاراتهم في مجال ريادة الأعمال والابتكار، وما هو تأثير هذه الشبكات في تعزيز قدراتهم الريادية في ضوء رؤية المملكة 2030؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول واحدة من أبرز القضايا المعاصرة في مجال الإعلام الجديد، وهي دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على منطقة الرياض. يعكس موضوع ريادة الأعمال اهتماماً متزايداً في الأوساط الأكاديمية والاقتصادية، نظراً لدوره الحيوي في تحقيق التنمية المستدامة وتفعيل الحراك الاقتصادي، ويمثل هذا البحث بعداً جديداً في توجيه الشباب نحو تأسيس مشروعاتهم الخاصة كبديل للعمل بأجر لدى الغير، مما يساهم في تنمية قدراتهم وتعزيز ثقافة العمل الحر.

أهمية الفئة المستهدفة: تأتي أهمية الفئة المستهدفة من الشباب السعودي، خاصة في ظل زيادة الاهتمام بريادة الأعمال النسائية والشبابية عالمياً.

تُشير الإحصاءات العالمية إلى أن هناك زيادة ملحوظة في نسبة الشباب الذين دخلوا مجال ريادة الأعمال، مما ساهم في دعم الاقتصادات الوطنية وتعزيز دور المجتمعات المحلية، فعلى سبيل المثال، توضح الدراسات أن فرداً من بين كل عشر أفراد يمتلك مشروعاً خاصاً (اليزيدي، 2017). في السياق السعودي، أصبحت المرأة جزءاً لا يتجزأ من عملية التنمية بعد حصولها على العديد من الفرص والامتيازات التي مكنتها من المشاركة في التنمية الوطنية، حيث برز العديد منهن في مجالات متنوعة وتم تكريمهن في المحافل المحلية والإقليمية والدولية، وهو ما يزيد فرصهن في الاستقلال بعمل ريادي حر (عبد اللطيف، 2013)، وبناءً على ذلك، تأتي الدراسة الحالية لتبحث في كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتنمية المعارف والمهارات المتعلقة بريادة الأعمال.

أهمية وحدثة الوسيلة: تُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل الأكثر حداثة وانتشاراً، إذ استطاعت استقطاب ملايين المستخدمين خلال سنوات قليلة. ظهرت هذه الوسائل بشكل فعلي في بداية القرن

الواحد والعشرين، مما يعكس قدرتها على تلبية احتياجات الاتصال المتنوعة لمختلف الفئات، وأثبتت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي تمتلك قدرة كبيرة على دعم ريادة الأعمال في العالم العربي (تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية، 2013)، الأمر الذي يجعل من المهم استكشاف طبيعة هذا الدعم في السعودي، خاصة لدى الشباب.

إضافة إلى المكتبة العربية: تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تسعى لسد الفجوة الموجودة في المكتبة العربية، فيما يتعلق بدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب السعودي، وتهدف الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة ودقيقة حول دور هذه الوسائل في تطوير المعارف والمهارات اللازمة لتحقيق الريادة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال تحليل تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على الشباب السعودي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استكشاف كيفية استخدام الشباب في منطقة الرياض لوسائل التواصل الاجتماعي في تأسيس وتطوير مشاريعهم الريادية، كما تسعى الدراسة إلى التعرف على التحديات التي يواجهونها في هذا الصدد، بالإضافة إلى مقارنة معدلات نجاح المشاريع القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي مع المشاريع التقليدية الصغيرة، وتسليط الضوء على أهمية تطوير برامج تدريبية متخصصة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض ريادة الأعمال والابتكار، وتتبع أهمية هذه الدراسة من حاجة المجتمع السعودي إلى فهم أعمق لدور التقنيات الرقمية في دعم ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب، والذي يعد محركاً رئيسياً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة، كما تساهم هذه الدراسة في تعزيز فهمنا لدور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

1. كيف يستخدم الشباب في منطقة الرياض وسائل التواصل الاجتماعي في تأسيس وتطوير مشاريعهم الريادية؟
2. ما هي التحديات التي يواجهها الشباب عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض ريادة الأعمال والابتكار؟
3. ما هي معدلات نجاح المشاريع القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالمشاريع التقليدية الصغيرة؟
4. مدى أهمية تطوير برامج تدريبية متخصصة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب؟

5. ماهي أبرز الاستراتيجيات التي يتبعها الشباب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تأسيس وتطوير مشاريعهم الريادية؟
6. ما هي أهم المزايا التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي للشباب الرياديين مقارنة بالطرق التقليدية؟
7. ما هي أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه الشباب في عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض ريادة الأعمال والابتكار؟
8. كيف ساهمت الجهات الحكومية والأهلية في دعم وتشجيع الشباب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وفي تأسيس وتطوير مشاريعهم الريادية؟

مفاهيم الدراسة:

ريادة الأعمال

ريادة الأعمال تُعرف بأنها النشاط الذي يركز على إنشاء مشروعات صغيرة جديدة تساهم في تطوير الاقتصاد من خلال تقديم منتجات أو خدمات مبتكرة (الحديدي 2016)، ويشمل هذا النشاط إدارة الموارد بكفاءة لتحقيق أهداف جديدة، مع الاستفادة من الإبداع في تلبية الاحتياجات والرغبات، وتأسيس المنشآت والأنشطة الاقتصادية بشكل مستدام.

الابتكار

الابتكار هو العملية التي يتم من خلالها تحويل الأفكار الجديدة إلى منتجات أو خدمات ملموسة يهدف الابتكار إلى إيجاد حلول للتحديات الحالية وتقديم تحسينات مستدامة على العمليات والمنتجات، مما يساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمشاريع الريادية وزيادة الفعالية الاقتصادية.

قنوات التواصل الاجتماعي

قنوات التواصل الاجتماعي تُعد أدوات رقمية تساهم في التواصل الفعال بين الأفراد عبر الإنترنت. تعتمد هذه القنوات على النصوص، الصور، الفيديوهات، والأصوات، وتتيح للمستخدمين إنتاج ومشاركة المحتوى بأنفسهم. توفر هذه القنوات مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب، واتساب، إنستغرام، بيئة غنية للتفاعل والمشاركة الاجتماعية، مما يعزز من وصول الأفكار الريادية والابتكارات إلى جمهور واسع.

الشباب في المملكة العربية السعودية

يشكل الشباب في المملكة العربية السعودية نسبة كبيرة من السكان، ويتميزون بقدرات إبداعية هائلة. ومع ذلك، يواجه العديد منهم تحديات متعددة عند محاولة إطلاق مشاريعهم الخاصة، الأمر الذي يستدعي توفير الدعم والتشجيع من قبل الحكومة والمؤسسات التعليمية لتذليل هذه الصعوبات وتعزيز ريادة الأعمال بينهم.

منطقة الرياض

تُعد منطقة الرياض المركز الاقتصادي والتقني الرئيسي في المملكة العربية السعودية، وهي بيئة خصبة لريادة الأعمال والابتكار نظرًا لتوافر البنية التحتية والموارد اللازمة لنجاح المشاريع الريادية. توفر الرياض إمكانيات متعددة لاحتضان الأفكار الريادية وتحفيز الابتكار، مما يجعلها بيئة مثالية لتطوير الشركات الناشئة والمشاريع المبتكرة.

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

1. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: يتعلق بكيفية استخدام الشباب في الرياض لوسائل التواصل الاجتماعي لتأسيس وتطوير مشاريعهم، مما يعكس الدور المحوري لهذه الوسائل في تعزيز ريادة الأعمال
2. التحديات: يستكشف التحديات التي يواجهها الشباب، مما يسهم في فهم العقبات التي قد تعيق الاستفادة المثلى من وسائل التواصل الاجتماعي في الابتكار
3. معدلات النجاح: يقارن بين نجاح المشاريع التي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي وتلك التقليدية، مما يبرز الأثر الإيجابي لهذه الوسائل على الابتكار والمشاريع الريادية لدى الشباب الرياديين
4. برامج تدريبية: يشدد على أهمية التدريب، مما يشير إلى ضرورة تجهيز الشباب بالمهارات اللازمة لاستغلال وسائل التواصل الاجتماعي بكفاءة في مجالات ريادة الأعمال
5. الاتجاهات المختلفة: تسليط الضوء على الاختلافات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب حسب الجنس والخلفيات، مما يعكس التنوع والخصوصيات الثقافية في استخدام هذه الوسائل لدعم ريادة الأعمال

بالتالي، تعكس فروض الدراسة الجوانب المختلفة لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار.

الإطار النظري للدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، وتحديدًا في منطقة الرياض، والذي يمثل الإطار النظري

حجر الزاوية الذي يستند إليه البحث، حيث يحدد المفاهيم الأساسية ويشرح الأطر العامة المرتبطة بالموضوع، وتتناول هذه الدراسة أربعة محاور رئيسية، وهي: الشباب، ريادة الأعمال، الابتكار، ودور وسائل التواصل الاجتماعي.

وتعد ريادة الأعمال أحد المحركات الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تساهم في خلق فرص العمل وتعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد المحلي (شلالي، الطاهر حسام الدين، 2017). تعرف ريادة الأعمال بأنها القدرة على اكتشاف الفرص والاستفادة منها من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو تطوير المشاريع القائمة لتحقيق النمو والربحية، إن ريادة الأعمال تمثل إحدى الأدوات الفعالة للتغلب على تحديات البطالة، حيث تقدم حلولاً مبتكرة لتحفيز الشباب على تحقيق طموحاتهم الاقتصادية (تقرير الأمم المتحدة للتنمية الاجتماعية، 2019).

يعد الابتكار يمثل جوهر العملية الريادية، وهو عملية تحويل الأفكار الجديدة إلى واقع ملموس من خلال تطبيقها بشكل يحقق فوائد اقتصادية واجتماعية (معايش، أميرة، 2017). يسهم الابتكار في تحسين العمليات الإنتاجية وتطوير المنتجات، مما يعزز من مكانة الشركات في السوق ويجعلها أكثر قدرة على المنافسة ويؤكد على أن الابتكار يشكل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات، خاصة في ظل الظروف التكنولوجية المتسارعة (المعهد العربي للتخطيط، 2021)، كما يشكل الشباب النسبة الأكبر من السكان في المملكة، حيث أن فئة الشباب تتجاوز 60% من إجمالي عدد السكان، وتعد هذه الفئة من أهم المحركات التي تسهم في تحقيق رؤية المملكة 2030 (الهيئة العامة للإحصاء، 2023)، والتي تسعى إلى تمكين الشباب وتعزيز دورهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية السعودي. وتعمل المملكة على توفير بيئة داعمة لريادة الأعمال من خلال مجموعة من المبادرات والمشاريع التي تهدف إلى تحفيز الشباب على إنشاء مشاريعهم الخاصة.

ولقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الأدوات التي يعتمد عليها الشباب لتعزيز مهاراتهم الريادية وتنفيذ أفكارهم المبتكرة. تلعب هذه الوسائل دوراً حيوياً في تسهيل الوصول إلى المعلومات والتواصل مع العملاء والتسويق للمشاريع (عبدالفتاح، محمد زين العابدين، 2016). إضافة إلى ذلك، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب فرص التواصل مع رواد الأعمال والخبراء في مختلف المجالات، مما يساهم في تعزيز خبراتهم وزيادة فرص النجاح في تنفيذ المشاريع الريادية، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أصبحت منصة تفاعلية تساهم في توسيع شبكة العلاقات المهنية وزيادة الوعي بأهمية الابتكار وريادة الأعمال. تعد تطبيقات مثل إنستغرام، تويتر، ولينكدان منصات حيوية تمكن الشباب من الترويج لأفكارهم والحصول على ردود فعل مباشرة من الجمهور، مما يعزز من قدراتهم الابتكارية ويساعدهم على التكيف مع متطلبات السوق (موقع الهيئة العامة للإحصاء، 2019).

التحديات التي تواجه ريادة الأعمال عبر وسائل التواصل الاجتماعي

على الرغم من الفوائد العديدة لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال، إلا أن هناك تحديات تواجه الشباب في هذا السياق، من أبرزها المنافسة الشديدة وصعوبة بناء الثقة مع العملاء المحتملين (بدري، أميرة يوسف بابكر، 2019)، كما أن الاعتماد الزائد على هذه الوسائل قد يؤدي إلى ظهور مخاطر

متعلقة بالخصوصية والأمان الرقمي. لهذا، يجب على رواد الأعمال الشباب تطوير استراتيجيات فعالة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي مع الحفاظ على معايير الأمان.

يمثل الإطار النظري مرجعاً أساسياً لفهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في المملكة العربية السعودية من خلال التركيز على الشباب كفئة مهمة في المجتمع، وتوفير بيئة مناسبة لتطوير أفكارهم الريادية، ويمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تسهم بفعالية في تحقيق أهداف التنمية الوطنية وتعزيز الاقتصاد المحلي.

الإطار المنهجي للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي لدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ريادة الأعمال والابتكار لدى الشباب في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية، ويُعتبر المنهج المسحي الأكثر ملاءمة لطبيعة هذه الدراسة، حيث يتيح الرصد الدقيق لآراء ومواقف الشباب تجاه دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ريادة الأعمال، بالإضافة إلى تحقيق أهداف الدراسة المتعلقة بتحليل مدى هذا التأثير.

كما سيتم استخدام المنهج النوعي لجمع البيانات من خلال المقابلات والاستبيانات، وذلك بهدف الحصول على فهم عميق لتجارب وآراء رواد الأعمال الشباب، ويُعد هذا الجمع بين المناهج الكمية والنوعية مناسباً لالتقاط التفاصيل الدقيقة المرتبطة بتجارب رواد الأعمال، مما يعزز من شمولية الدراسة.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

الاستبيان: سيتم استخدام أداة الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع البيانات من عينة تمثل الشباب الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي في ريادة أعمالهم بنجاح، وسوف تستهدف عينة لا تقل عن 200 من الشباب الطامحين لريادة الأعمال.

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: تقتصر الدراسة على منطقة الرياض في المملكة العربية السعودية، حيث تمثل هذه المنطقة بيئة غنية لرصد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع ريادة الأعمال والابتكار بين الشباب.

المجال الزمني: سيتم تنفيذ الدراسة الميدانية خلال شهري نوفمبر وديسمبر من عام 2024، مما يتيح جمع البيانات في فترة زمنية محددة ومركزة، مما يساهم في دقة النتائج وتناسقها مع الأهداف البحثية.

المقاييس والاختبارات الإحصائية المقترح استخدامها:

سُجِّمَع البيانات عن طريق الاستبانات، وتحليلها عن طريق برنامج الإحصائي (spss)

قائمة المصادر:

المصادر العربية

1. أبوغولة، سامي عطا الله (2019). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة، شبكة تويتر نموذجًا، مجلة العربي للدراسات الإعلامية
2. إدريس، عبد الجليل محمد حسن (2015). ريادة الأعمال وأثرها في معالجة البطالة في المملكة العربية السعودية، مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي
3. الأمم المتحدة (2019). تقرير الشباب العالمي، قسم الشؤون الاقتصادية والاجتماعية التابع للأمم المتحدة: <https://www.un.org/development/desa/ar/news/social/post-679.html>
4. تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية (2013). تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على ريادة الأعمال في العالم العربي
5. حامد، مهند (2017). نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية بالتعاون مع مركز البحوث للتنمية الدولية بكندا (IDRC)، ومؤسسة فريدريش إيبيرت (FES)
6. حسنين، إيمان عبد الحميد (2016). مدى توفر السمات الريادية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، دراسة ميدانية بمدينة الرياض، المؤتمر السعودي الدولي لريادة الأعمال، السعودية
7. الحملي، راشد محمد، العربي، هشام يوسف مصطفى (2016). واقع ثقافة ريادة الأعمال بجامعة حائل وآليات تفعيلها من وجهة نظر الهيئة التدريسية، مجلة الدراسات العربية في التربية وعلم النفس
8. شلال، الطاهر حسام الدين، عبد القادر، بودي (2017). دور الترويج عبر الإنترنت في تحقيق الريادة التسويقية لمنظمات الأعمال الاقتصادية مع الإشارة لمتعامل الهاتف النقال في الجزائر "أوريدو"، مجلة البشائر الاقتصادية: <http://search.mandumah.com/Record/842298>
9. صندوق النقد العربي (2018). دراسة عن "محددات مشاركة المرأة في القوى العاملة في الدول العربية": <https://www.amf.org.ae/ar/content>
10. العتيبي، نوف مناحي (2017). دور كليات التربية في تنمية وعي الطالبات بالتحديات المستقبلية في ضوء رؤية المملكة 2030
11. العتيبي، منصور بن نايف، موسى، محمد فتحي علي (2015). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران واتجاهاتهم نحوها (دراسة ميدانية)، مجلة كلية التربية
12. عيد، أيمن عادل (2015). اتجاهات الطلاب والعوامل المؤثرة عليها نحو ريادة الأعمال: دراسة تطبيقية على بعض الجامعات العربية، المجلة العلمية والبحوث التجارية
13. عبد الفتاح، محمد زين العابدين (2016). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية بجامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: <http://search.mandumah.com/Record/846899>
14. عبد اللطيف محمود محمد (2013). التعليم والمواطنة في المجتمعات الشبكية: ثورة 23 يناير 2011 نموذجًا، مجلة الطفولة والتنمية، المجلس العربي للطفولة والتنمية
15. عيدان، عثمان إحسان (2015). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن: دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط

16. العتيبي، نوف مناحي (2017). دور كليات التربية في تنمية وعي الطالبات بالتحديات المستقبلية في ضوء رؤية المملكة 2030
17. معايش، أميرة (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي: دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية: <http://search.mandumah.com/Record/996032>
18. مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية (1437هـ). رؤية المملكة العربية السعودية 2030
19. المخلافي، عبد الملك طاهر (2014). واقع التعليم لريادة الأعمال في الجامعات الحكومية السعودية، دراسة تحليلية، المؤتمر الأول لكليات إدارة الأعمال بجامعة دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية
20. المخلافي، عبد الملك بن طاهر (2017). التعليم الحكومي لريادة الأعمال ودوره في تحقيق أهداف رؤية 2030: دراسة استطلاعية عن الجامعات الحكومية في مدينة الرياض
21. النصور، حلا بلال بهجت، المناصرة، أسمرى عامر، الزيادات، محمد عواد (2016). أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الأردن، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال
22. الهيئة العامة لإحصاء (2019). تقرير الشباب السعودي في أرقام بمناسبة اليوم العالمي للشباب: <https://www.stats.gov.sa/ar/6470>
23. يحيى، جيهان سيد أحمد (2019). التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية

المراجع الأجنبية:

1. Clark & Melancon (2014). The Influence of Social Media Investment on Dabic
2. Dabic, M.1, Daim, T., Bayraktaroglu, E., Novak, I. & Basie, M. (2013). Exploring gender differences in attitudes of university students towards Entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship
3. Khan, S., & Aftab, M. (2019). Digital Media And Its Impact On Audience Processing Of Economy-Related Issues, International Journal of Digital Library Services
4. McClelland, E., J. Swail, J. Bell and P. Ibbotson (2015). Following the pathway of female entrepreneurs: A Six-country investigation.
5. Khan, S., & Aftab, M. (2019). Digital Media And Its Impact On Audience Processing Of Economy-Related Issues, International Journal of Digital Library Services
6. Khan, S. (2024). Innovation and Sustainable Development in Entrepreneurship. SMS Journal of Entrepreneurship & Innovation.

7. Xie, Y.; Qiao, R.; Shao, G., & Chen, H. (2019). Chinese Digital Social Media Users' Behaviors during Economic Crisis and Impact on Trust Levels in Economic Performance
8. Zhang, H. (2014). Psychological Characteristics of Entrepreneurship of College Students in China