

جامعة ميد أوشن

كلية ريادة الأعمال

تخصص ريادة الأعمال



تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بقطاع التجميل

في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في

مدينة الرياض

إعداد الطالبة/

بيان سعود عثمان غيش

243002019

إشراف/

الدكتور: احمد راجح

العام الدراسي:

1447 - 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي هذا العمل إلى والديّ العزيزين، اللذين كان لهما الفضل الأكبر في دعمي وتحفيزي طوال مسيرتي. إلى والدتي، التي كانت لي مصدرًا للحب والدعم، وإلى والدي، الذي غرس فيّ قيمة المثابرة والاجتهاد.

إلى أساتذتي الكرام، الذين لم يخلوا عليّ بتوجيهاتهم وإرشاداتهم القيمة. كان لخبرتهم وعلمهم الأثر الكبير في إتمام هذا البحث.

إلى زملائي وأصدقائي الأعزاء، الذين شاركوني هذه الرحلة ودعموها بكل ما أوتوا من قوة، أهدي هذا العمل تقديرًا لمساندتهم وتشجيعهم المستمر.

وأخيرًا، أهدي هذا العمل إلى كل من آمن بقدراتي وقدم لي الدعم، سائلًا الله أن يجعل هذا الإنجاز بداية لمرحلة جديدة من النجاحات والتقدم.



شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ

الحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى والديّ العزيزين، اللذين كانا لي النبراس والموجه. إن دعمهما المتواصل وتشجيعهما الدائم كانا الدافع الأكبر لي لتحقيق هذا الإنجاز.

أود أن أشكر أساتذتي الكرام، وخاصة مشرف رسالتي، الذين لم ييخلوا عليّ بوقتهم وخبرتهم. لقد كان لإرشاداتهم العلمية ونصائحهم القيمة الأثر الكبير في إتمام هذا البحث

أ.د / احمد راجح

أشكر زملائي وأصدقائي، الذين كانوا لي عونًا وسندًا، وكان لتشجيعهم ودعمهم دور كبير في تجاوز الصعاب والوصول إلى هذا النجاح.

وأخيرًا، أتقدم بالشكر والامتنان لكل من ساهم بأي شكل في إنجاز هذا العمل، سائلًا الله أن يجعل هذا الجهد خالصًا لوجهه الكريم، وأن يوفقنا جميعًا لما فيه الخير والصلاح.

المستخلص

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 ، وتم جمع البيانات من خلال استبانة أعدت لغرض الدراسة، ووزعت على عينة عشوائية من العاملين في الإدارات الائتمانية والرقمية داخل البنوك التجارية في مدينة الرياض، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (380) استبانة.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05

و أوصت الدراسة بضرورة تعزيز البرامج التمويلية المخصصة لريادة الأعمال النسائية في قطاع التجميل، من خلال مبادرات بنكية مدعومة أو صناديق تمويل مرنة بشروط ميسرة ، تكثيف التدريب الإداري والمالي لرائدات الأعمال، مع التركيز على المهارات في إدارة الموارد، التسويق، والتخطيط الاستراتيجي.

الكلمات المفتاحية: التحديات والفرص – ريادة الأعمال النسائية – قطاع التجميل



قائمة المحتويات

أ.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ب.....	الإهداء
ج.....	الشكر والتقدير
د.....	المستخلص
ه.....	قائمة المحتويات
ط.....	قائمة الجداول
ي.....	قائمة الأشكال
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	1.1 المقدمة
5.....	2.1 أهمية الدراسة:
5.....	1.2.1 الأهمية النظرية:
6.....	2.2.1 الأهمية التطبيقية:
6.....	3.1 أهداف الدراسة:
7.....	4.1 تساؤلات الدراسة:
8.....	5.1 فروض الدراسة:
8.....	6.1 نموذج الدراسة:
9.....	7.1 الدراسات السابقة:
16.....	8.1 الفجوة البحثية:
17.....	9.1 المنطلقات النظرية للدراسة:
19.....	10.1 المنهجية وطرق البحث:



11.1	مصادر جمع البيانات.....	19
12.1	أدوات الدراسة:.....	20
13.1	الأساليب الإحصائية المستخدمة.....	20
14.1	أداة الدراسة.....	20
15.1	حدود الدراسة:.....	21
22	الفصل الثاني: الإطار النظري.....	22
22	المبحث الأول: ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية.....	22
1.1.2	تمهيد.....	22
2.1.2	التمكين وفرص الابتكار.....	23
3.1.2	التحديات والفرص.....	25
4.1.2	الفرص الرقمية: قفزة نحو التميز.....	30
5.1.2	الدور المجتمعي للمشروعات النسائية.....	31
6.1.2	بناء الثقة والمصداقية.....	33
7.1.2	مبادرات حاضرات الأعمال النسائية.....	34
8.1.2	دور المؤسسات الأكاديمية في بناء الكفاءات النسائية.....	35
9.1.2	اختراق القطاعات التقليدية وخدمات البنية التحتية.....	36
38	المبحث الثاني: التجميل.....	38
1.2.2	قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية.....	38
2.2.2	الوعي المتنامي والدعم الحكومي.....	40
3.2.2	أهمية التقنيات الحديثة.....	41
4.2.2	الاستدامة والابتكار.....	43
5.2.2	ملامح جديدة في سوق التجميل.....	45
6.2.2	العلامات السعودية الصاعدة.....	46

47.....	7.2.2 التجميل كعامل جذب سياحي.....
48.....	8.2.2 فرص الوظائف المتخصصة:.....
50.....	9.2.2 التنظيم المهني والترخيص.....
52.....	10.2.2 التحولات الكبيرة التي تشهدها المملكة.....
54	الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة
54.....	1.3 مقدمة.....
54.....	2.3 منهجية البحث:.....
54.....	3.3 مجتمع وعينة الدراسة.....
54.....	4.3 مصادر جمع البيانات والمعلومات:.....
55.....	5.3 الأساليب الإحصائية:.....
55.....	6.3 أداة الدراسة.....
56.....	7.3 صدق أداة الدراسة.....
57.....	المحور الأول: التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية.....
58.....	المحور الثاني: قطاع التجميل
60.....	8.3 ثبات أداة الدراسة:.....
61	الفصل الرابع: تحليل النتائج
61.....	1.4 مقدمة.....
61.....	2.4 خصائص عينة الدراسة.....
62.....	3.4 تحليل استمارة الاستبيان.....
62.....	المحور الأول: التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية.....
66.....	المحور الثاني: قطاع التجميل
68.....	4.4 اختبار فروض الدراسة.....
73	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والمقترحات



73.....	1.5 مقدمة.....
73.....	2.5 نتائج الدراسة.....
75.....	3.5 التوصيات.....
76.....	4.5 المقترحات.....
77	Abstract
79	قائمة المراجع
79.....	أولاً: المراجع العربية.....
80.....	ثانياً: المراجع الإنجليزية.....
84	الملاحق
85	استمارة استبيان



قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
1.	جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة	57
2.	جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول	58
3.	جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني	60
4.	جدول (4) معامل الثبات لمجاور استمارة الاستبيان	61
5.	جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها	62
6.	جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التمويل	63
7.	جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات المهارات الإدارية	64
8.	جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الدعم المؤسسي	65
9.	جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات البيئة الاجتماعية	67
10.	جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات قطاع التجميل	68

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
70	جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر التحديات والفرص في دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض	11.
71	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر التمويل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض	12.
71	جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض	13.
72	جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض	14.
73	جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي لأثر البيئة الاجتماعية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض	15.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
9	الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة	1.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تُعد زيادة الأعمال النسائية من الظواهر الاقتصادية والاجتماعية المتنامية التي تعكس تحولاً نوعياً في دور المرأة داخل المجتمعات الحديثة، حيث أصبحت المرأة لا تكتفي بدور المتلقي أو المنفذ ضمن المنظومة الاقتصادية، بل أصبحت فاعلاً ومنتجاً يشارك في صياغة المشهد الاقتصادي واتخاذ القرارات المؤثرة فيه. وتتجلى قيادة 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 قيادة 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 تنويع 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 البنيوية 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 غالبًا ما يمتلكن مهارات فريدة في مجالات القيادة، والابتكار، وبناء العلاقات، مما يجعل من زيادة الأعمال النسائية مجالًا واعدًا يحتاج إلى بيئة داعمة تتكامل فيها الأطر التشريعية، والخدمات التمويلية، وفرص التعليم والتدريب، وكذلك التقدير المجتمعي لجهود النساء في زيادة الأعمال. ومع تزايد دعم الحكومات والمؤسسات غير الربحية والقطاع الخاص لهذا النمط من الريادة، فإن المستقبل يحمل آفاقًا 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 نموًا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة، مدفوعًا بعدة عوامل أبرزها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية، والانفتاح الثقافي، وارتفاع مستويات الوعي الجمالي والصحي لدى النساء والرجال على حد سواء. ويعكس هذا القطاع مزيجًا من الديناميكية الاقتصادية والتوجهات الاجتماعية المتغيرة، حيث أصبح التجميل لا يُنظر إليه بوصفه رفاهية بل جزءًا 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 سنويًا، حيث تُظهر التقارير نموًا سنويًا مركبًا 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 ملامح 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 سوقاً 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، خصوصاً في مجالات التنوع الاقتصادي ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

تُمثل قيادة 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، نظراً لارتباطه بالذوق الجمالي والخصوصية الثقافية، فضلاً 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، خصوصاً في القطاعات ذات الكثافة النسائية مثل التجميل، شمل تقديم تسهيلات

تمويلية من خلال 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 خلال 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 للابتكار 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 عائقًا 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 انفتاحًا، 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 تحديًا إضافيًا 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.

انطلاقاً 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.

2.1 أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية هذه الدراسة على إسهاماتها النظرية والتطبيقية فيما يلي:

1.2.1 الأهمية النظرية:

✓ إثراء الأدبيات العلمية في مجال ريادة الأعمال، من خلال دراسة معمقة للعلاقة 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 قدرتهن على التكيف مع التغيرات السوقية، والتغلب على العوائق البنيوية والمؤسسية.

2.2.1 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 يُسهم في تصميم برامج دعم أكثر فعالية وتخصصاً.
- ✓ تمكين رائدات الأعمال من خلال تقديم توصيات عملية تستند إلى نتائج البحث، تُسهم في تطوير خططهن التشغيلية، وتحسين قدرتهن على مواجهة التحديات التمويلية والإدارية، واستثمار الفرص التي يتيحها السوق المحلي المتنامي 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، ويُسهم في تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030.

3.1 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 المهارات 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.

4.1 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؟

5.1 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 الأول: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحديات والفرص في زيادة 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:

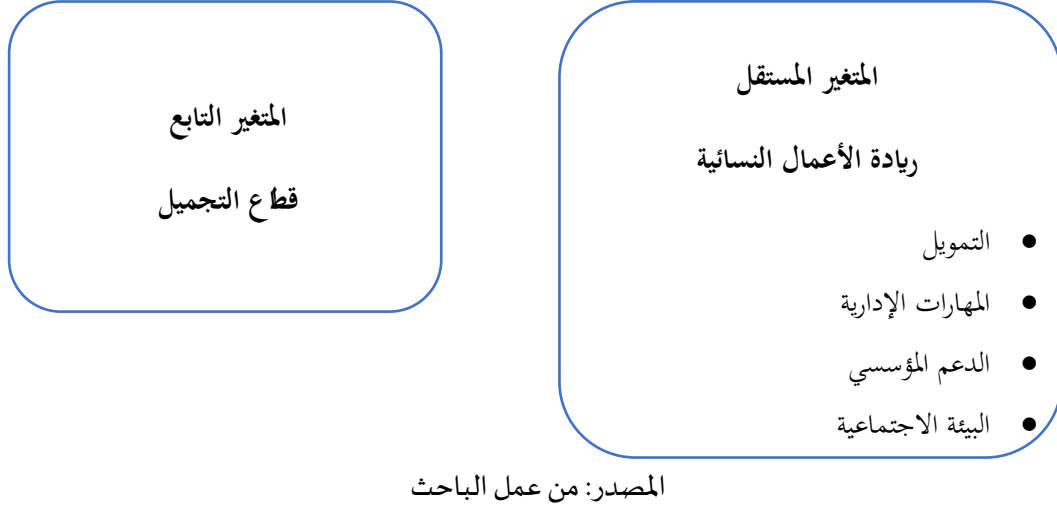
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتمويل بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات الإدارية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية وذلك بالتطبيق على رائدات الأعمال في مدينة الرياض.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية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

6.1 نموذج الدراسة:

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

- المتغير التابع: قطاع التجميل.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



7.1 الدراسات السابقة:

دراسات عن ريادة الأعمال النسائية

➤ دراسة (الغريب، 2021)، بعنوان دور الريادة النسائية وأثره 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: التعريف 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 الشعبية بدور وأهمية المرأة على مختلف الأصعدة. العمل على دمج ريادة الأعمال بصفة عامة وريادة الأعمال النسائية بصفة خاصة في المناهج التعليمية في كافة المؤسسات

التعليمية. العمل على زيادة استيعاب وتقبل المجتمع المحلي لمشروعات ريادة الأعمال النسائية من خلال نشر الأفكار والمبادرات والتوعية بها وبفوائدها. تشجيع المنظمات الاجتماعية المحلية على استيعاب ودعم وتنفيذ أنشطة ريادة الأعمال النسائية على نطاق واسع. العمل على تعزيز الابتكار والإبداع بمشروعات ريادة الأعمال النسائية على المستوى المحلي، وتوفير الدعم لرواد الأعمال النسائية لتطوير ابتكاراتهم وإبداعاتهم. إيجاد وتسويق عدد من الطرق المبتكرة لتطوير مشروعات ريادة الأعمال النسائية.

❶ دراسة (شيبوط، 2021)، بعنوان محددات ريادة الأعمال النسوية وفق مؤشرات المرصد العالمي لريادة الأعمال بالمملكة العربية السعودية: مقارنة تحليلية

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

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

هدفت الدراسة إلى التحقيق في الوضع الحالي لريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث الخصائص الشخصية والمهنية والاجتماعية لرائدات الأعمال، والدوافع التي تدفعهن للدخول في مجال ريادة الأعمال، والتحديات التي يواجهونها. ولتحقيق هذه الأهداف، استخدمت الدراسة طريقة بحث مسحي مع عينة هادفة من ٢١٠ سيدات أعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة. تم استعمال 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 التصميم والمرونة وقدرات الإقناع. كما أظهرت النتائج أن رائدات الأعمال يحفزها عوامل مختلفة، بما في ذلك النجاح الشخصي

والثروة والمكانة، في حين برزت فرص العمل المحدودة والطلاق 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 مثل نقص المهارات التسويقية، فضلاً عن التحديات البيئية مثل عدم كفاية رأس المال في مرحلة البدء، والإجراءات الحكومية المعقدة. وأوصت الدراسة بأن تركز رائدات الأعمال على تطوير مهاراتهم التسويقية، وتوظيف مستشارين تسويقيين لمساعدتهم في تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة، وتحديد أولويات التوازن بين العمل والحياة من خلال تفويض المهام إلى أفراد الأسرة الموثوق بهم. وعلاوة على ذلك، جرى التشديد على تقديم الدعم المالي إلى صاحبات المشاريع الطموحات.

❶ دراسة (علويط، 2020)، بعنوان ريادة الأعمال النسوية كمدخل لتحقيق التمكين الاقتصادي

للمرأة في الجزائر: حالة الجزائر

هدف هذه الورقة البحثية هو التعرف على واقع ريادة الأعمال النسوية في الجزائر ومعرفة مدى تمكين المرأة في الحياة العملية. تم الاعتماد على المنهج الوصفي لعرض التأصيل النظري لكل من ريادة الأعمال النسوية والتمكين الاقتصادي، والمنهج التحليلي أثناء عرضنا لمختلف الإحصائيات الخاصة بهيئات دعم وتمويل المشاريع الريادية في الجزائر. خلصت هذه الورقة البحثية إلى أنه رغم الجهود التي تبذلها الجزائر من أجل تمكين المرأة في مجال ريادة الأعمال، إلا أنها لازالت لم تصل إلى المستوى المطلوب في العديد من القطاعات أبرزها القطاع الصناعي، كما يظهر ذلك من خلال احتلالها للمراتب الأخيرة في مجال تمكين المرأة وذلك برتبة 132 عالمياً.

❷ دراسة (طلحي، 2022)، بعنوان حاضنات الأعمال كآلية لدعم وتعزيز ريادة المقاولات النسوية:

تجارب عربية ناجحة

هدفت هذه الورقة البحثية إلى توضيح الدور المحوري الذي يمكن أن تلعبه حاضنات الأعمال في دعم وتعزيز ريادة مشاريع المقاولات النسوية، حيث تم تسليط الضوء على بعض التجارب العربية الناجحة في مجال حاضنات الأعمال النسائية، وقد لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن هناك تأخر ملحوظ لدى الجزائر في تأسيس حاضنات الأعمال الداعمة للمشاريع النسائية الريادية، حيث أوصت الدراسة بضرورة

إعطاء اهتمام أكثر والتزام أكبر من طرف القيادة العليا في البلاد لمشروع حاضنات الأعمال النسائية، لتتبع أدائها ومراحل تطور مشروعها المقاوالاتي.

● دراسة (الهلالي، 2022)، بعنوان تحديات ريادة الأعمال النسوية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر

الهدف من هذه الورقة البحثية هو محاولة إبراز مختلف التحديات التي تواجه المرأة عموما عند إقامتها لمؤسسة صغيرة أو متوسطة، والتي من شأنها أن تقلص من فرص التحاقها بعالم الشغل وتحقيق الريادة في أعمالها، وهذا بغية النهوض بالمرأة في عالم الشغل، والوقوف على حجم تأثير عمالة المرأة في الحياة الاقتصادية على مستقبلها التنموي. إن المرأة الجزائرية بالخصوص استطاعت إبراز تميزها في شتى المجالات التنموية، مما جعلها تتجاوز الحدود التي حكمتها العادات والتقاليد المجتمعية، باقتحامها لعالم المقاولة، بالرغم من كل التحديات التي تواجهها من أجل تحقيق طموحاتها من جهة، وتعزيز دورها كعنصر أساسي في بناء المجتمع الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية من جهة أخرى. كانت أهم نتيجة توصلنا إليها، ومن خلال تحليلنا لمختلف البيانات المتاحة، أن هناك ثمة تحديات تحول دون وصول المرأة الجزائرية لهذا الطموح لاسيما ما تعلق منها بالجانب التمويلي.

● دراسة (بسود، 2023)، بعنوان ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: قراءة من التقارير والمؤشرات العالمية

تستكشف هذه الدراسة واقع ريادة الأعمال النسائية في الجزائر مقارنة بباقي دول العالم بهدف تقديم عرض وصفي تحليلي لواقع الحال يستند إلى بيانات وتقارير عالمية أجرتها بعض الهيئات الدولية بخصوص ريادة الأعمال النسوية، وخلصت الدراسة إلى أنه رغم رغبة الدولة الجزائرية في رفع مستوى ريادة الأعمال بصفة عامة والنسائية منها بصفة خاصة وسعيها في توفير البيئة الملائمة لذلك، ومع تسجيل زيادة في أرقام السنوات الأخيرة إلا أن جميع التقارير العالمية ومؤشرات ريادة الأعمال النسائية صنفت الجزائر ضمن مراتب متأخرة جدا مقارنة بمختلف الاقتصادات عالميا وإقليميا.

❶ دراسة (لعور، 2024)، بعنوان مساهمة أجهزة الدعم والمرافقة في تطوير المقاولاتية النسوية في

قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تيبازة

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ميدان المقاولاتية النسوية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تيبازة، حيث يمثل هذا القطاع مجالا خصبا يناسب المرأة بامتياز لما له من مؤهلات وموارد تتناسب مع ظروفها، قدراتها ومهاراتها، مع الإشارة إلى المساعدات والتسهيلات التي تقدمها الدولة في إطار سياستها لدعم ومرافقة هذه النشاطات، ممثلة في مختلف هيئات وأجهزة دعم وتمويل المشاريع المقاولاتية، باعتبار أن هذا القطاع من القطاعات الهامة في الاقتصاد المحلي، كما تم التوصل إلى أن المقاولاتية النسوية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف في ولاية تيبازة ضعيفة، ويرجع ذلك إلى توجه المرأة إلى قطاعات أخرى بسبب تطور مستواها التعليمي والرغبة في تحقيق الذات.

❷ دراسة (ذهبي، 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 وشمال إفريقيا والاقتصادات الناشئة. تجري مراجعة ونحاول فهم الأدبيات المجزأة في بيئات مختلفة حول مساهمة الجنسين. أظهرت النتائج أن إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ساهم بتفعيل ريادة الأعمال، لكن بمعدل أقل من المتوسطات العالمية في منطقة MENA. كما اتضح الدور المتزايد لاستخدام 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).

❸ دراسة (الكتني، 2023)، بعنوان ريادة الأعمال النسائية بين الواقع والمأمول: دراسة وصفية

تحليلية

هدفت الورقة البحثية إلى تشخيص الواقع الراهن لريادة الأعمال النسائية من حيث: حجمها، ومجالاتها، ومحفزاتها، ومستويات الاستثمار والابتكار فيها، وذلك على الصعيدين العالمي والدولي. مع عرض نماذج من الجهود الحكومية الداعمة لريادة الأعمال النسائية في مناطق مختلفة من العالم، تشمل:

السياسات، والبرامج والمؤسسات الداعمة. فضلاً عن تشخيص التحديات الراهنة التي تواجه زيادة الأعمال النسائية، وتقديم بعض التوصيات الكفيلة بتوفير البيئة الداعمة لها، وإثراء توجهات الممارسين وصناع السياسات. استعملت الدراسة المنهج الوثائقي في جمع البيانات وتحليلها، وتوصلت إلى نتائج مهمة، منها: إن العالم اليوم، يعرف نمواً مرتفعاً في عدد النساء المنشآت لشركات ريادية، والمالكات لشركة تجارية، والمستثمرات في القطاع غير الرسمي. ويمكن تفسير هذه الزيادة بتوجه الحكومات القوي على المستوى العالمي، نحو دعم زيادة الأعمال النسائية وتشجيعها؛ بوصفها رافداً أساسياً للنمو الاقتصادي والابتكار وإيجاد فرص العمل. لا توجد مجالات بعينها تهيمن عليها زيادة الأعمال النسائية، إذ تسهم رائدات الأعمال في جميع المجالات بنسبة متفاوتة. تخضع زيادة الأعمال النسائية لمحفزات دفع وجذب متنوعة، وعلى الرغم من أن هذه المحفزات تظهر في كل دول العالم على اختلاف مستويات التنمية فيها، إلا أن عوامل الدفع تظهر بشكل أكبر في الدول ذات النمو الاقتصادي المنخفض، في حين تظهر محفزات الجذب في الدول ذات النمو الاقتصادي المرتفع. هناك تفاوت في الجهود الحكومية الموجهة لدعم زيادة الأعمال النسائية ليس على المستويين الإقليمي والدولي فقط، ولكن حتى على المستوى المحلي، مما يعني أن العوامل المؤثرة على زيادة الأعمال النسائية متنوعة، تجمع بين العوامل الشخصية والبيئية. تمثلت أهم التحديات التي تواجه زيادة الأعمال النسائية في: العادات والتقاليد المحافظة، والقيود القانونية، وتعقيد الإجراءات الحكومية، وانخفاض مستوى التعليم وفرص التدريب، ومحدودية فرص الحصول على التمويل، وصعوبة تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والأسرة. وتمثلت المقترحات الممكنة لتجاوز هذه التحديات، في إرساء منظومة متكاملة من التشريعات والمبادرات والبرامج الساعية لاحتضان المشاريع الريادية النسائية وتسريع نموها، وتوظيف صناعة الإعلام في تنوير المجتمع، ورفع مستوى الوعي المجتمعي بقيمة المشاركة الاقتصادية للمرأة، وتعزيز ثقافة العمل الحر.

📌 دراسة (Al-Shantali, 2022)، بعنوان **The Role of Social Media in Women's**

Entrepreneurship in the UAE: Implications for Gender Development and Equality

هدفت هذه الورقة إلى تقييم انعكاسات منصات التواصل الاجتماعي على رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة، ومدى تمكين هذه الأدوات لسيدات الأعمال من التنافس في السوق والتغلب على

الحواجز الثقافية والمجتمعية والمالية. وبالاعتماد على مقابلات متعمقة أجريت مع 14 سيدة أعمال في الدولة، تسلط هذه الورقة الضوء على كيفية استفادة رائدات الأعمال من الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لبناء شركاتهن الناشئة ومشاريعهن التجارية، وإلى أي مدى ساعدتهن هذه الأدوات في التغلب على مختلف أشكال المعوقات التي تواجه سيدات الأعمال في الدولة. وقد أظهرت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة قد قدمت مساعدة كبيرة للمرأة لتصبح مستقلة وتبدأ أعمالها الخاصة، مع تقليل بعض التحديات التي تواجهها لتحقيق أهدافها. بالإضافة إلى ذلك، ساهمت وجود وسائل التواصل الاجتماعي في إعادة صياغة أدوارها في المجتمع ووضعها في السياق الصحيح لتصبح مستقلة مالياً.

❶ دراسة (Al-Batayneh, 2020)، بعنوان Factors Influencing Women's Entrepreneurial

Intention in Jordan

هدفت هذه الورقة إلى الدراسة إلى فحص العوامل التي تؤثر على نوايا المرأة في أن تصبح رائدة أعمال في العقبة. تستخدم الدراسة نظرية السلوك المخطط لتحليل تأثير الموقف، المؤثرات الاجتماعية والعوامل المؤثرة التي تؤثر على نية النساء لريادة الأعمال. تم توزيع استبيان لجمع البيانات الأولية من المستجيبين الذين تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع الدراسة والذي يشمل جميع النساء المشاركات في المنظمات الخيرية في مدينة العقبة. تم توزيع ما مجموعه 400 استبيان على الإنترنت. تم الحصول على 312 استبانة بمعدل استجابة 78.0%. أظهرت النتائج أن الموقف من ريادة الأعمال، المؤثرات الاجتماعية والعوامل المؤثرة أثرت بشكل إيجابي على النية الريادية بين النساء في مدينة العقبة. من بين هذه العوامل، كان للموقف تجاه ريادة الأعمال التأثير الأكبر تليه العوامل المؤثرة ثم المؤثرات الاجتماعية. تقترح هذه الدراسة أن الجامعات، الحكومة ووسائل الإعلام يجب أن يلعب دوراً أقوى في تعزيز ريادة الأعمال النسائية.

❷ دراسة (Ghiat, 2020)، بعنوان Raising Entrepreneurship Awareness Through Training:

The Case of Master Female Students in Social Sciences

هدفت هذه الورقة إلى وضع استراتيجية تدريبية تساعد على رفع مستوى الوعي المقاولاتي لدى المرأة الجزائرية، وتتيح لها فرص تحسين إيراداتها المالية ومكانتها الاجتماعية. حيث أجريت دراسة ميدانية

على عينة من 30 طالب في مرحلة ماستر 2 بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة وهران 2. ومن خلال تطبيق برنامج تدريبي، أثبتت الدراسة أن الطالبات أصبحن أكثر توجها نحو المقاوالاتية، وأنهن تتميزن بمجموعة من الخصائص النفسية المساعدة على نجاحهن، وأقل خوفاً من الفشل، أكثر وعياً بأهمية المقاوالاتية في حل مشاكلهن وتحسين ظروفهن المادية والمعنوية وتحقيق طموحاتهن.

8.1 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 وعلاقتها بالتمكين الاقتصادي والتنمية المستدامة، دون التطرق التفصيلي للقطاعات المهنية التي تمارس فيها النساء ريادتهن. كما أن دراسات مثل (علويط، 2020) و(الهلاي، 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 تبناه الدراسة الحالية بشكل مباشر.

وعلى الرغم من أن بعض الدراسات مثل (شيبوط، 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، ولاسيما 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.

9.1 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 سياسي واقتصادي 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 محدودية الفرص الوظيفية التقليدية. وتُحيل 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. ويبنى 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 تقصيصها في سياق التجربة النسائية بقطاع التجميل في الرياض.

في ضوء هذه المنطلقات النظرية، تتبنى الدراسة مقارنة 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.

10.1 المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب 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 ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق 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 يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

11.1 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.

12.1 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 بـ: النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

13.1 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 والعلاقة 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

14.1 أداة الدراسة

تم تصميم الاستبانة في الدراسة الحالية لتتناسب 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

ثانياً: المتغير التابع – قطاع التجميل، ويُقاس من خلال (10) فقرة موزعة.

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

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية

1.1.2 تمهيد

يمثل نمو ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية إحدى العلامات البارزة على التحول الاجتماعي والاقتصادي الذي تشهده البلاد في ظل رؤيتها التنموية الحديثة. فقد بدأت المرأة السعودية في خوض غمار العمل الحر والمشاريع الناشئة باندفاع متزايد، مستفيدةً من جهود الدولة الحثيثة في تمكينها وتشجيعها على الإبداع والمشاركة الفاعلة في قطاعات متنوعة. وعلى الرغم من التحديات التي صادفت المرأة في مرحلة ما قبل الانفتاح الاقتصادي والاجتماعي، شهدت السنوات الأخيرة طفرة ملحوظة في أعداد السيدات اللاتي أقدمن على تأسيس أعمال خاصة بهن في مجال التقنية والتجارة الإلكترونية والخدمات وغير ذلك من القطاعات الواعدة. وقد انعكست الإصلاحات التشريعية ودعم مبادرات ريادة الأعمال إيجابيًا على قدرة المرأة على الاستقلال المهني والتخطيط البعيد المدى لمشاريعها. وكنتيجة لذلك، أصبحت التجربة الريادية النسائية نموذجًا يعكس الدور الجديد للمرأة كمحرك للتنمية، ليس فقط على صعيد المشاركة في سوق العمل، بل أيضًا بتقديم أفكار ابتكارية تواكب التطور والعمولة. (Boubakeur et al., 2024)

ويأتي هذا التطور في مشهد ريادة الأعمال النسائية ترجمة عملية لرؤية المملكة 2030، التي وضعت تمكين المرأة السعودية في قلب خططها الاستراتيجية، ساعيةً لتوسعة قاعدة المشاركة النسائية في الاقتصاد الوطني وتعزيز دورها الريادي. لم يعد حضور المرأة التجاري مقتصرًا على أنماط الأعمال التقليدية، بل امتد إلى قطاعات حيوية مثل التقنيات الناشئة ومشاريع الطاقة البديلة والسياحة وخدمات الصحة واللياقة. ولتعزيز هذا التوجه، ظهرت مبادرات حكومية ومؤسسية كبرى، مثل الحاضنات التي تحتضن المشاريع النسائية منذ مراحل التأسيس الأولى، وبرامج التدريب والتوجيه التي تمنح النساء المهارات اللازمة للإدارة والتسويق وبناء العلامة التجارية. وقد أسهمت هذه الجهود في تشكيل بيئة تفاعلية

تشجّع العمل التعاوني وإقامة شراكات استراتيجية بين رائدات الأعمال والمستثمرين بالداخل والخارج، ما عزز من ثقة المرأة في قدرتها على المنافسة في الأسواق المحلية والإقليمية. (Sulaiman, 2021)

وتكمن أهمية زيادة الأعمال النسائية أيضًا في أبعادها الاجتماعية المتعددة، حيث تعزز من استقلالية المرأة وتمكّنها من الإسهام في بناء اقتصاد متنوع ومستدام. فكل مشروع تبتكره المرأة ويقف على قدميه بنجاح يُرسّخ من حضورها في المشهد العام، ويؤثر في تطور وعي المجتمع بشأن الأدوار الممكنة للسيدات خارج الأطر التقليدية. ويأتي في هذا السياق أنّ قصص النجاح تلعب دورًا مهمًا للأجيال الشابة، وتدفع المزيد من الفتيات في مراحل الدراسة المبكرة إلى التفكير الجاد في مستقبل يضعهن على طريق الإبداع والمسؤولية الاقتصادية جنبًا إلى جنب مع الرجل. وفضلاً عن ذلك، فإن الريادة النسائية تسهم في توطيد العلاقة مع قطاعات مختلفة من المجتمع، نظرًا لارتباط هذه المشاريع باحتياجات مستجدة تستدعي التكيف والابتكار الدائم، بما يصب في النهاية في مصلحة التنمية الوطنية الشاملة. (Benzidane & Boudraf, 2021)

2.1.2 التمكين وفرص الابتكار

تعد زيادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية إحدى الركائز المتصاعدة في السنوات الأخيرة، حيث أسهمت الإصلاحات الحكومية والتوجّه نحو رؤية 2030 في تمكين المرأة وإفساح المجال أمامها لتكون رائدة أعمال ناجحة ومؤثرة في المجتمع السعودي. وفي هذا السياق، شهدت المملكة تحولًا ملحوظًا في نظرة المجتمع لدور المرأة الاقتصادي، حيث باتت تشارك بفعالية في قطاعات متنوعة مثل التجارة الإلكترونية، والتقنية، والابتكار، والخدمات. لقد دفعت الإجراءات والدعم المؤسسي العديدة، كالبرامج التدريبية والمبادرات التمويلية، العديد من السعوديات إلى الاستفادة من الفرص المتاحة وتطوير أفكارهن الريادية بطريقة تتماشى مع احتياجات السوق المحلية والإقليمية. (Akachat & Hafidi, 2024)

وعلى الرغم من هذا التطور الملموس والتشجيع الكبير من قبل القطاعين الحكومي والخاص، فإن رائدات الأعمال السعوديات ما زلن يواجهن بعض التحديات التي قد تحد أحيانًا من انطلاقة أعمالهن، أو تُبطئ وتيرة تطور تلك الأعمال. ولعل أبرز هذه التحديات هو صعوبة الحصول على التمويل في بعض

الأحيان، فعلى الرغم من وجود صناديق دعم ومؤسسات تمويل مهتمة بالمشاريع الريادية، إلا أن بعض النساء يؤكدن أن الوصول إلى رأس المال يتطلب التعرف على الإجراءات والاشتراطات التي قد تبدو معقدة في البداية. إلى جانب ذلك، قد يواجه البعض تحديات تتعلق بالخبرة في إدارة المشروعات، والإلمام بالأنظمة والقوانين، وضرورة اكتساب مهارات التسويق والقيادة المالية، وهو ما يستلزم الحصول على خبرة عملية أو دعم استشاري من قبل جهات متخصصة. فضلاً عن ذلك، ما زالت بعض الأعراف الاجتماعية تشكل عائقاً أمام عدد محدود من الفتيات اللواتي قد يواجهن تحفظات أسرية أو عدم تشجيع من الأقران والمجتمع المحيط، وإن كان هذا الأمر يشهد تراجعاً تدريجياً وملموساً في الفترة الأخيرة. (Fateh & Guerini, 2024)

بالمقابل، تبرز العديد من الفرص الواعدة التي يمكن أن تستغلها رائدات الأعمال لتحقيق نجاح قوي ومستدام. ومن أهم تلك الفرص زيادة الاعتماد على التجارة الإلكترونية والتطبيقات الذكية، حيث أصبح بإمكان المرأة السعودية أن تطلّ من خلال منصات التسوق الرقمي على جمهور أوسع، وبإمكانيات أكثر مرونة وبتكاليف أقل من إنشاء المتاجر التقليدية. كما أن قطاع التقنية والابتكار يشهد نمواً متسارعاً، ويوفر مساحة رحبة لتطوير أفكار خلاقة وحلول تقنية تسهم في تلبية احتياجات المجتمع المحلي والإقليمي. وفي هذا الصدد، تحفّز البرامج الحكومية ذات الصلة، مثل "منشآت" والمبادرات التي تُعنى بتمويل المشروعات الناشئة، مزيداً من السعوديات على خوض غمار المنافسة التجارية وبناء علامات تجارية مميزة. (Imene, 2021)

إلى جانب ذلك، فإن التوسع في قطاع السياحة والترفيه الذي تشهده المملكة مع فتح أبوابها للسياح من مختلف الجنسيات، يوفر بدوره فرصاً واسعة أمام رائدات الأعمال للدخول في مجالات جديدة مثل الفنادق والضيافة وتنظيم الفعاليات الثقافية والترفيهية. وعلاوة على ذلك، يفتح ارتفاع الوعي الصحي في المجتمع آفاقاً مهمة في مجال الخدمات الصحية واللياقة البدنية والعناية بالبشرة والعلاج الطبيعي، وهو ما يمكن لرائدات الأعمال استثماره من خلال توفير خدمات متخصصة ومتطورة تلبي حاجات السوق المحلي. ولا يمكن إغفال الدعم غير المسبوق من قبل وسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية التي أثبتت فاعليتها في التعريف بالمشروعات النسائية المتميزة، وفي خلق حالة من الوعي المتزايد حول أهمية الاستثمار في أفكارهن وإبداعاتهن. (Amnache-Chikh & Mekhzoumi, 2022)

في المحصلة، تمثل زيادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية مسارًا مثيرًا للاهتمام وواعدًا بالنمو والابتكار. وعلى الرغم من التحديات الماثلة أمام رائدات الأعمال، فإن توافر الفرص الواسعة، والدعم الحكومي الكبير، والعزيمة الشخصية التي تتمتع بها العديد من السعوديات، كلها عوامل تبشر بمستقبل أكثر إشراقاً. ومع استمرار التطور الثقافي والاقتصادي في المجتمع السعودي، فإن المنظور الإيجابي لريادة الأعمال النسائية لا يقتصر على النهوض بالمرأة وحدها، بل يشمل تنمية الاقتصاد الوطني وتعزيز القدرة التنافسية للمملكة في شتى القطاعات. (Benghalem & Maliki, 2021)

3.1.2 التحديات والفرص

التحديات:

قد يواجه العديد من رائدات الأعمال في المملكة العربية السعودية صعوبات متنوعة تبدأ من مرحلة الفكرة وصولاً إلى مرحلة التوسع في السوق. واحدة من العقبات الملحوظة تتمثل في صعوبة الحصول على تمويل مُبكر أو رأس مال يمكنهن من تطوير مشاريعهن على النحو المأمول، فبالرغم من الجهود التي تبذلها الجهات الرسمية والمؤسسات التمويلية لدعم المشاريع الريادية، يشعر بعض رائدات الأعمال بصعوبة في الوصول إلى تلك البرامج أو استيفاء المتطلبات اللازمة للاستفادة منها. كما تشكل القيود المتعلقة بالبيئة القانونية والإدارية تحديًا للبعض، إذ يحتاج الأمر إلى خبرة في التعامل مع الوزارات والجهات المختصة، وفهم لوائح تأسيس المشاريع وإدارتها بشكل دقيق. ويُضاف إلى ذلك عامل الخبرة العملية، فالكثير من رائدات الأعمال الطموحات قد يفتقرن إلى الخلفية الكافية في مجالات التسويق الرقمي أو التخطيط المالي، ما يضطرهن إلى البحث عن خدمات استشارية قد تكون باهظة التكلفة أو بعيدة المنال، مما يؤدي في بعض الأحيان إلى تباطؤ النمو أو الدخول في مغامرات تجارية غير مدروسة. وإلى جانب الصعوبات الرسمية والمالية، لا تزال بعض العادات الاجتماعية التي تحيط بالعمل النسائي قائمة، خصوصًا في المجتمعات ذات المحافظة الشديدة على العادات والتقاليد، فتجد رائدات الأعمال أنفسهن في مواجهة مواقف قد تشكل عائقًا أمامهن أو تثنيهن عن الانطلاق المأمول، على الرغم من التغير الإيجابي الملحوظ في هذه الجوانب.

(Boumzbar & Adoun, 2024)

الفرص:

فإن المشهد الريادي في المملكة يزخر بفرص وأعدة يمكن استغلالها بفاعلية من قبل النساء الراغبات في تأسيس مشاريع ناجحة. وقد أسهم انتشار التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي في جعل السوق مفتوحاً أمام الأفكار الابتكارية، بحيث أصبح من السهل بناء علامة تجارية على شبكات التواصل الاجتماعي، وتسويق المنتجات والخدمات إلكترونياً بوصول مرّن إلى شرائح واسعة من المستهلكين. وفي الوقت ذاته، يتنامى الاهتمام بالقطاعات الواعدة مثل السياحة والترفيه والصناعات الإبداعية، وقد انعكس ذلك في زيادة الطلب على الشركات الناشئة التي تقدم حلولاً متميزة وخدمات جديدة ومبتكرة، خاصة مع الدعم الحكومي الذي يشجع رواد الأعمال على استثمار مواهبهم في تطوير الأفكار الخلاقة. كما يساعد التنوع الاقتصادي الذي تسعى إليه رؤية 2030 على خلق فرص جديدة في قطاعات تقنية وصناعية، فضلاً عن أن التوجه نحو تمكين المرأة يمنح رائدات الأعمال مساحة أكبر لتوظيف مهارتهن واستثمار معارفهن في بناء مشاريع ناجحة ومؤثرة. كل هذه العوامل مجتمعة تجعل من السوق السعودي بيئة جاذبة للمبادرات النسائية، وتفتح آفاقاً واسعة أمامهن لتحقيق نمو مستدام وإحداث تغيير إيجابي في الاقتصاد والمجتمع على حد سواء. (Al-Sarhan & Halouani, 2024)

تمثل ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية محوراً مهماً في تحقيق أهداف التنمية الشاملة وتعزيز التنوع الاقتصادي في ظل رؤية 2030. لقد ساهمت الإصلاحات الحكومية المتتالية وتزايد الوعي بأهمية دور المرأة في سوق العمل في توفير بيئة حاضنة لنمو المشاريع التي تقودها السعوديات، سواء في المجالات التقنية أو التجارية أو الخدمية. ومن هذا المنطلق، باتت المشروعات النسائية تحظى بدعم رسمي وإعلامي ملحوظ، ما عزز حضور المرأة في المشهد الاقتصادي، وأكسبها الثقة للمضي قدماً في تحقيق طموحاتها الريادية. (Seddiki, 2024)

غير أن هذه البيئة الواعدة لا تخلو من تحديات متعددة الأوجه. إذ لا تزال بعض رائدات الأعمال يعانين من صعوبة الحصول على التمويل الأولي اللازم لإطلاق مشروعاتهن، سواء من خلال المؤسسات المالية التقليدية أو الصناديق الاستثمارية. ويرتبط ذلك جزئياً بمعايير التمويل الصارمة أو قلة الوعي

بالبرامج الداعمة، ما يجعل الكثير من الأفكار الريادية ذات الإمكانيات العالية حبيسة الأطر النظرية من دون أن تتاح لها الفرصة للتحويل إلى واقع ملموس. (Toual et al., 2022)

إلى جانب تحدي التمويل، يبرز عامل الخبرة الإدارية بوصفه أحد أهم العقبات التي تواجه رائدات الأعمال الطموحات. فإدارة المشاريع الناشئة تتطلب مهارات متنوعة تشمل التخطيط الاستراتيجي والتسويق والقيادة المالية وإدارة الموارد البشرية. وفي ظل حداثة التجربة الريادية النسائية على نطاق واسع، قد تجد بعض النساء صعوبة في اكتساب تلك المهارات دفعة واحدة، خاصة في المراحل الأولى من تأسيس المشاريع. (Aburrub, 2021)

يضطلع الوعي القانوني والتنظيمي بدور حاسم في نجاح أو تعثر المشروعات الناشئة، لا سيما في سياق ريادة الأعمال النسائية. يؤدي عدم الإلمام الكافي بالقوانين واللوائح الرسمية إلى ارتباكات في تسجيل المشروع والحصول على التراخيص الملائمة. كما قد يفضي نقص الاستشارة القانونية الصائبة إلى مشاكل في صياغة العقود التجارية أو التعاملات مع الموردين والعملاء، وهو ما يزيد من صعوبة استدامة المشروعات في مراحلها الأولى. (Mekhzoumi et al., 2022)

وعلى صعيد المجتمع والأعراف، يتفاوت مستوى تقبل المشروعات النسائية في بعض المناطق أو القطاعات، إذ قد لا تزال بعض العائلات أو الأوساط الاجتماعية تبدي تحفظات تجاه عمل المرأة في مجال ريادة الأعمال. هذه التحفظات وإن كانت آخذة في التراجع بوضوح، إلا أنها قد تحول دون وصول المرأة إلى شبكات الدعم المحلية أو الموارد المجتمعية التي يمكن أن تساندها في تطوير مشروعها، وتضعها في مواجهة عراقيل نفسية واجتماعية تضطرها أحياناً للانسحاب أو التريث. (Radwan & Daoud, 2021)

ورغم تلك التحديات، ثمة فرص واسعة تسهم في دعم المشروعات النسائية وازدهارها. من أبرز هذه الفرص ما توفره التحولات الرقمية والتقنية من إمكانيات هائلة للوصول إلى الأسواق المحلية والإقليمية. فقد مكنت التجارة الإلكترونية، على سبيل المثال، الكثير من رائدات الأعمال من تسويق منتجاتهن بكل سهولة وانسيابية عبر المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، ما سمح بفتح مجالات عمل غير تقليدية أمام المرأة وزاد من جدوى أفكارهن الابتكارية. (Afia et al., 2024)

فرص متنامية وآفاق جديدة لرائدات الأعمال السعودية في التقنية والسياحة والخدمات الصحية

يمثل قطاع التقنية والابتكار في حد ذاته فرصة ذهبية لرائدات الأعمال لتقديم حلول برمجية أو تطبيقات جديدة تلبي احتياجات السوق السعودية سريعة التطور. ويعد هذا القطاع دعمًا كبيرًا من قبل الجهات الرسمية عبر حاضنات الأعمال وبرامج مسرّعات الشركات الناشئة التي تقدم التدريب والتمويل والإرشاد اللازم لتطوير الأفكار الريادية. لذا، فإن دخول المرأة لهذا المجال يفتح الآفاق أمام مشاريع تقنية قادرة على المنافسة الإقليمية والعالمية. (Doukhi & Zouaoui, 2023)

هنالك كذلك فرص متنامية في قطاع السياحة والضيافة، حيث تشهد المملكة طفرة كبيرة في استقطاب الزوار من مختلف البلدان، سواء للسياحة الدينية أو للاستكشاف والتعرف على التراث والثقافة السعودية. وتأسيس مشاريع نسائية في هذا القطاع قد يقدم خدمات متنوعة تشمل تنظيم رحلات وتجارب سياحية، وإدارة فنادق صغيرة أو بيوت ضيافة، وتقديم أنشطة ترفيهية وثقافية تستهوي شريحة واسعة من الزوار والسياح. (Mesbahi & Benmostefa, 2024)

أما قطاع الخدمات الصحية والعناية الشخصية، فيتنسّم هو الآخر بإمكانات نمو ملحوظة، تزامناً مع تنامي الوعي الصحي ورغبة الأفراد في المحافظة على مستوى عالٍ من اللياقة والجمال. وفي هذا السياق، يمكن لرائدات الأعمال الاستثمار في مراكز الصحة واللياقة البدنية، أو إنشاء عيادات متخصصة للتجميل والعناية بالبشرة، مع توفير الخدمات بأعلى معايير الجودة والاستفادة من التطورات العلمية والتقنية الحديثة. (Ouotmane, 2024)

تكتسب المشاريع النسائية قيمة إضافية عندما تتكامل مع ثقافة المجتمع المحلي وتقدم حلولاً تتوافق مع العادات والتقاليد. إن تقديم منتجات أو خدمات مُستوحاة من التراث السعودي، أو البنية الاجتماعية الفريدة للمملكة، يضيف بعداً ثقافياً جذاباً يعزز مكانة هذه المشروعات، ويسهم في الحفاظ على الهوية الوطنية وتعريف العالم بثراء الثقافة السعودية. (Al-Hamad, 2020)

لم يعد يقتصر دعم ريادة الأعمال النسائية على الجهات الحكومية أو الصناديق الاستثمارية المحلية فحسب، بل امتدّ ليشمل التكاتف المجتمعي والأسر المتقبّلة لفكرة عمل المرأة. ففي ظل انتشار

قصص النجاح المهمة ونماذج رائدات اللواتي حققن إنجازات مرموقة، تغيّرت النظرة المجتمعية نحو الخطوة الريادية النسائية، وزاد تقدير دور المرأة في النمو الاقتصادي. ويسهم ذلك في كسر الحواجز النفسية، ويمهّد الطريق لعدد أكبر من النساء للشروع في تحقيق طموحاتهن العملية. (Messani & Boubakeur, 2024)

يتطلب بناء علامة تجارية ناجحة في مشهد تنافسي ونامٍ مثل السوق السعودي استثمارًا كبيرًا في مهارات التسويق وبناء العلاقات. لذا، يبرز دور المنصات الاجتماعية والإعلام الرقمي كوسيلة فعالة للترويج للأعمال وبناء قاعدة عملاء متينة. وبالنظر إلى إلمام الكثير من رائدات الأعمال باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد استطعن تحويلها إلى أداة فعالة للتعريف بمنتجاتهن وزيادة الوعي بعلامتهن التجارية. (El-Khouly et al., 2021)

إن طموحات رائدات الأعمال في المملكة تتجاوز السوق المحلي، إذ يمكن توسعة نطاق هذه المشاريع إلى الأسواق الإقليمية والعالمية إذا ما توافرت التخطيط السليم والشراكات الاستراتيجية. فالموقع الجغرافي والمكانة الاقتصادية الرفيعة للسعودية، يتيحان فرص تصدير المنتجات والخدمات بكل سهولة إلى دول خليجية وعربية أخرى، بل والتوسع في الأسواق العالمية اعتمادًا على القيمة المضافة التي يمكن تقديمها من قلب المجتمع السعودي. (Derdar & Moulai, 2022)

من الجدير بالذكر أن التطور الكبير في التشريعات واللوائح التجارية ساهم بشكل ملحوظ في تسهيل الإجراءات اللازمة لتأسيس المشروعات. كما أن المنظمات الحكومية المختصة مثل الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت) تضطلع بدور استشاري وتمويلي محفز لنمو الأعمال الناشئة، إلى جانب عقد المؤتمرات والفعاليات المخصصة لريادة الأعمال النسائية لتبادل الخبرات والأفكار وعرض قصص النجاح المهمة. (Beladjine, 2024)

فإن النظرة المستقبلية لريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية تحمل الكثير من التفاؤل، بالنظر إلى الدعم المتصاعد وازدياد الوعي وثقة المرأة بذاتها. ومع استمرار الجهود الحكومية ومشاركة القطاع الخاص في فتح الآفاق أمام المشاريع الجديدة وتطوير المهارات وبناء شبكات التعاون، يبدو

المشهد مهماً لاستقبال المزيد من الإبداعات النسائية المتميزة، ورفع مساهمة المرأة في دفع عجلة الاقتصاد والتنمية على المستويين المحلي والإقليمي. (Chorfi & Hamouti, 2023)

4.1.2 الفرص الرقمية: قفزة نحو التميز

إحدى أهم العوامل التي أسهمت في تعزيز مكانة ريادة الأعمال النسائية في المملكة تتمثل في التطور الرقمي المتسارع وازدهار منصات التواصل الاجتماعي. فقد أتاح الإنترنت ووسائل التواصل الحديثة للسيدات السعوديات فرصة التعبير عن أفكارهن والترويج لها بسهولة وبدون تكاليف باهظة، ما أدى إلى اكتساب مشاريعهن قاعدة جماهيرية واسعة في وقت قياسي. وبات من الممكن إطلاق المتاجر الإلكترونية الخفيفة التي لا تتطلب توفير مقرات عمل مادية أو توظيف عدد كبير من العاملين، حيث يكفي رائدة العمل فريق صغير لإدارة طلبات العملاء والإشراف على خدمات الشحن والدفع الإلكتروني. هذا التحول، الذي صنعتته التكنولوجيا، فتح الأبواب لسوق رقمي ضخم لم يكن متاحاً بهذه السهولة في وقت سابق، وأوجد بيئة تنافسية تتيح للمرأة فرصة صياغة مشروع يحمل هويتها الخاصة ويصل بسرعة إلى شرائح متنوعة من المستهلكين. (Gameel, 2024)

يمكن القول إن التواصل والتعاون بين رائدات الأعمال يشكّل قوة مهمة في تحقيق النمو والاستمرار. فلقد شهدت المملكة ميلاد مجموعات نسائية متنوعة تسعى إلى تبادل الخبرات واستشراف الفرص التمويلية والتسويقية، وبالتالي تكوّن شبكات اتصال تُسهم في تخفيف عزلة المشروع الريادي. ومن خلال تلك التحالفات النسائية، تسوّى لعدد كبير من رائدات مواجهة الصعوبات التي اعترضتهن عبر الدعم المتبادل وتبادل النصائح العملية. كما قدّمت هذه التحالفات فرصاً للشراكة وتطوير مشروعات مشتركة تُجمع فيها المهارات والخبرات لتوسيع دائرة التأثير في السوق وزيادة قدرة المشاريع على المنافسة والابتكار. (Ghiat, 2020)

لا تقتصر التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال على العوامل المالية فحسب، بل تشمل أيضاً صعوبة التوفيق بين الحياة الأسرية ومسؤوليات المشروع الريادي. وبسبب القيم الاجتماعية وأهمية الأسرة في الثقافة السعودية، تجد الكثير من رائدات أنفسهن في حاجة دائمة إلى تنظيم جدول زمني مرن يوافق

مواعيد الأسرة واحتياجاتها، فضلاً عن أوقات الذروة في العمل التي قد تأتي من دون سابق إنذار. ولهذا، يحتاج الإطار الأسري لإدراك ما تتطلبه ريادة الأعمال من التزامات، مما يقتضي نوعاً من التفهم المتبادل والتعاون العائلي للفصل بين وقت المشروع والمسؤوليات الأسرية. (Boubakeur et al., 2024)

ومع تعاظم الوعي الاستثماري في المجتمع السعودي، ظهرت مجموعة من المستثمرين الأفراد وصناديق رأس المال الجريء التي باتت تبحث بنشاط عن المشاريع النسائية الواعدة، لما توفره من تنوع في الأفكار ووعي مختلف باحتياجات السوق. تدرك هذه الجهات الاستثمارية أن المرأة السعودية تحمل في جعبتها أفكاراً مبتكرة تلي رغبات شرائح محددة من العملاء، وتتمتع بحس تسويقي متقدم يساعد على وضع بصمة فريدة في المنتجات أو الخدمات المتاحة. وقد انعكس هذا الاهتمام الاستثماري إيجابياً على وتيرة نمو المشروعات النسائية، كما أسهم في تخفيض حدة المخاطرة التي تشعر بها بعض رائدات، ما حفزهن على تجويد الأعمال والتوسع في السوق. (Sulaiman, 2021)

5.1.2 الدور المجتمعي للمشروعات النسائية

لا تقتصر آثار ريادة الأعمال النسائية على الجانب الاقتصادي فحسب، بل تتعداه لتشكّل بعداً اجتماعياً وتنموياً. إذ ترفع هذه المشاريع من نسبة المشاركة النسائية في سوق العمل، وتحفّز على استقلالية المرأة المالية، وتمنحها القابلية للابتكار والإبداع في مجالات متعددة. إضافة إلى ذلك، فإن نجاح المرأة في إدارة مشروعها ينعكس على البيئة المحيطة بها، حيث تصبح مصدر إلهام للفتيات وقدوة للأجيال القادمة. وهذا يخلق حالة من الحراك المجتمعي الذي يعيد تشكيل قوالب التفكير المحافظة، ويعزز حضور المرأة الإيجابي في مختلف القطاعات. (Benzidane & Boudraf, 2021)

يتسم البعض من القطاعات الاقتصادية في المملكة بكثافة تنافسية عالية تجعل من الصعب اقتحامها للمشروعات الناشئة عموماً، وللنسائية بنحو خاص. غير أن ذلك التحدي قد يكون في ذاته حافزاً مهماً لدفع الكثير من رائدات للابتكار وتطوير قيمة مضافة تُميّز أعمالهن عن المنافسين. على سبيل المثال، تحرص بعض المشروعات النسائية في قطاع الأزياء أو المنتجات الغذائية على تضمين لمسات محلية تعكس

الذوق السعودي أو الهوية الثقافية للمملكة، ما يكسبها شعبية واسعة لدى العملاء الذين يفضلون ما يعكس ثقافتهم الأصيلة. (Akachat & Hafidi, 2024)

تشهد المشروعات النسائية التي تركز على التكنولوجيا المالية (Fintech) والخدمات المصرفية الرقمية إقبالاً لافتاً للانتباه، خصوصاً أنّ العمليات الإلكترونية والإدارة المالية المتطورة أصبحت حاجة ماسة لغالبية الشركات والأفراد في الوقت الراهن. كذلك فإن الرائدات اللواتي يعملن في هذا المجال يجدن دعماً كبيراً من حاضنات الأعمال المتخصصة، إذ توفر تلك الحاضنات برامج تدريب وإرشاد تُوجه نحو كيفية تلبية متطلبات السوق المالية والعمل ضمن الأطر التنظيمية الرسمية، ما يعزّز فرص نمو هذه المشروعات ويزيد من تنافسيتها. (Fateh & Guerini, 2024)

يلعب الاهتمام بالقضايا البيئية والاستدامة دوراً متزايداً في رسم ملامح السوق الحديثة، سواء كان ذلك في مجال المنتجات الصديقة للبيئة أو إعادة التدوير أو الطاقات المتجددة. ولأن المرأة السعودية باتت أكثر وعياً وهمة في القضايا المجتمعية والبيئية، فقد ظهرت مشاريع نسائية تقودها سيدات يسعين إلى حماية البيئة وتقديم حلول صديقة للبيئة تعالج مشكلات النفائات أو تحد من الهدر الغذائي. يحقق هذا النوع من المشروعات مردوداً إيجابياً للمجتمع والبيئة، ويمنحه في الوقت نفسه ميزة استقطاب العملاء الذين يفضلون التعامل مع مشاريع لها بُعد اجتماعي وأخلاقي بارز. (Imene, 2021)

ومن أهم الجوانب التي تتطلب مزيداً من التطوير، توفير برامج تدريبية وتعليمية مُحدّثة تواكب التطورات العالمية في عالم ريادة الأعمال. ففي ظل تحقق إنجازات رائدة على المستوى المحلي، تظل حاجة الرائدات للمعرفة والتطوير المستمر لتحديث مهارتهن وإثراء خبرتهن بالكفاءات العالمية حاضرة بقوة. ومن هنا، يبرز دور الجامعات والمؤسسات الأكاديمية في عقد دورات وورش عمل تغطي موضوعات كالتسويق الرقمي والتخطيط الاستراتيجي وبناء فرق العمل وتحليل الأسواق، بما يضمن تزويد رائدات الأعمال بالأدوات الكاملة التي تعينهن على التعامل مع المشهد الريادي المتسارع. (Amnache-Chikh & Mekhzoumi, 2022)

6.1.2 بناء الثقة والمصداقية

يعدّ كسب ثقة المستهلك وتوطيد علاقات طويلة الأمد معه من الركائز الأساسية لنجاح أي مشروع، وبالنسبة لرائدات الأعمال، فإن هذا الجانب يكتسب أهمية مضاعفة. تضطر رائدات أحياناً لبذل جهد إضافي في إقناع الجمهور بجودة المنتج أو الخدمة، نظراً لبعض التصورات المسبقة حول قدرة المرأة على ابتكار حلول تلي احتياجات السوق. وباتت الكثير من رائدات يعطي أولوية قصوى لبناء صورة احترافية ومصداقية عالية لمشاريعهن، سواء عن طريق المراجعات الإيجابية من العملاء أو شهادات الجودة أو حتى عبر الإستعانة بجهات خارجية موثوقة لتأكيد سمعة المشروع. (Benghalem & Maliki, 2021)

يجد عدد متزايد من السعوديات اللاتي يحملن شهادات عليا في الخارج فرصة للعودة واستثمار ما اكتسبنه من معارف وتجارب دولية في إنشاء نماذج عمل فريدة ومختلفة عن السوق المحلي. تساهم هذه العودة في بث روح التجديد والابتكار، وتقدم أفكاراً عابرة للحدود تُثري التنوع الريادي في المملكة. فإلى جانب إضافة لمسات عالمية للمشاريع، يجلبن أيضاً ثقافة ارتباطية مختلفة مع الشركاء والمستثمرين، ما يحفز النمو ويعزز مكانة المملكة كمركز إقليمي للأعمال في الشرق الأوسط. (Boumzbar & Adoun, 2024)

على الرغم من تلك المكتسبات، قد تظل المسألة الثقافية وتحديات العادات والتقاليد حاضرة في بعض المناطق، حيث تحتاج الرائدة إلى تحقيق توازن دقيق بين الوفاء بالتقاليد الاجتماعية والاستفادة من ارتفاع سقف الحرية الاقتصادية. وغالباً ما يكون السبيل إلى ذلك بالحرص على التواصل الفعال مع أفراد المجتمع، وتقديم مبادرات تحقق منفعة مشتركة، والعمل على إحداث تأثير إيجابي ملموس في المحيط الذي تنشأ فيه تلك المشاريع. (Al-Sarhan & Halouani, 2024)

في عالمٍ يعيش ثورة البيانات الضخمة وتحليل المعلومات، تبرز فرص هائلة لرائدات الأعمال للاستفادة من التقنيات التحليلية وفهم اتجاهات السوق وتوقع سلوك العملاء. فبفضل هذه التحليلات، تستطيع المرأة السعودية توجيه استراتيجياتها بكفاءة عالية، وذلك من خلال تحديد شرائح العملاء الأنسب، أو إدخال تحسينات تساهم في تطوير المنتج، أو حتى ابتكار منتجات جديدة تركز على خصائص لم

تكن ملحوظة في السابق. وعليه، فإن توظيف البيانات والتحليلات المتقدمة يضفي قوة تنافسية حقيقية على المشاريع النسائية. (Seddiki, 2024)

تبرز إضافة إلى كل ما سبق، أهمية وجود مرشحات نسائيات سواء من ذوات الخبرة الطويلة في عالم الأعمال أو من الأكاديميات أو حتى من سيدات المجتمع الراسخات في خبراتهن. فالإرشاد عنصر محوري في اختصار المسافات وتفادي الأخطاء المكلفة التي تواجه صاحب أو صاحبة المشروع في أعوام التأسيس الأولية. ومن حسن الحظ أن الوعي بهذا الدور يتصاعد، حيث ظهرت منصات تربط بين رائدات المبتدئات والخبرات المخضرمات للحصول على دعم وتوجيه مستمر. (Toual et al., 2022)

بالنظر إلى حجم التغيرات الإيجابية والإنجازات التي تحققت مؤخراً، يمكن القول إن زيادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية تسير على مسار تصاعدي يتسم بالشمولية والمرونة والتطور المستمر. ومع تزايد زخم البرامج الحكومية الداعمة والتشريعات المرنة والقبول المجتمعي، أصبح من الممكن التطلع إلى مستقبل تزدهر فيه الأعمال النسائية وتشكل ركيزة اقتصادية واجتماعية مهمة في نسيج المجتمع السعودي الحديث. وفي الوقت الذي تُبنى فيه قصص نجاح جديدة، تُترك بصمة أخرى على شكل القدوة والإلهام للجيل القادم من الفتيات السعوديات، ما يعزز محورية المرأة كمحرك أساسي في الاقتصاد الوطني ويؤكد أن مرحلة جديدة من الإنجازات الالفة قد انطلقت بالفعل. (Aburruub, 2021)

7.1.2 مبادرات حاضنات الأعمال النسائية

تُعد حاضنات الأعمال النسائية إحدى الأدوات الرئيسة التي أسهمت في تمكين المرأة السعودية في المجال الاقتصادي. فهذه المبادرات توفر بيئة متكاملة تحتضن رائدات الأعمال منذ المراحل الأولى من بلورة الفكرة، ثم تتدرج في رعايتهن إلى أن يصلن إلى مرحلة النضج والقدرة على التنافس في السوق. وفي إطار هذه الحاضنات، تتاح لرواد المشاريع فرص الاستفادة من الاستشارات الإدارية والقانونية والمالية، جنباً إلى جنب مع تدريب مكثف على مهارات الاتصال والتسويق. وإلى جانب ذلك، تساعد الحاضنات على مدّ الشابات بشبكات من العلاقات المهمة مع مستثمرين وشركات كبرى، ما يساهم في تسهيل عقد الشراكات وفتح قنوات للسوق. في السنوات الأخيرة، جاءت بعض الحاضنات بمقاربة فريدة تركز على القطاعات الواعدة مثل

التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية، مما يمنح المرأة السعودية خيارات أوسع ويعزز قدرتها على تحقيق نمو سريع ومستدام. (Mekhzoumi et al., 2022)

وفي ظل التغييرات المتسارعة التي يشهدها الاقتصاد العالمي، يتطلب النجاح في عالم ريادة الأعمال القدرة على تقديم منتجات أو خدمات تواكب المتطلبات الحديثة. ولعل إحدى الاستراتيجيات الفعالة لتخطي الكثير من العوائق تتمثل في العمل بنظام الفريق، حيث تتشارك رائدات الأعمال في إدارة المشروع ومهام التخطيط والتسويق والإنتاج. ومن خلال توزيع المسؤوليات على عدة أشخاص ذوي خبرات متنوعة، يصبح من الممكن اتخاذ قرارات أكثر حكمة وبناء مرونة أكبر للتكيف مع متطلبات السوق. إضافةً إلى ذلك، يعمل مثل هذا النمط على تعزيز شعور الانتماء والتضامن بين الشريكات، ويوفّر بيئة عمل حاضنة للإبداع والمبادرة الفردية، ما ينعكس إيجابياً على مستوى إنتاجية المشروع وقدرته على فرز نتائج ملموسة في وقت أسرع. (Radwan & Daoud, 2021)

8.1.2 دور المؤسسات الأكاديمية في بناء الكفاءات النسائية

أدركت العديد من الجامعات والكليات في المملكة ضرورة تهيئة الطالبات وتمكينهن لدخول عالم ريادة الأعمال بقوة واقتدار. وبالفعل، عمدت هذه المؤسسات إلى تحديث مقرراتها الدراسية بحيث تشتمل على مساقات في الابتكار والتفكير الإبداعي والتمويل والاستراتيجيات التسويقية، فضلاً عن عقد ملتقيات ومعارض ريادية تتيح للطالبة فرصة لقاء أصحاب المشاريع والخبراء ومتخذي القرار. وفي الوقت نفسه، تتبنى بعض المؤسسات الأكاديمية منهجيات تعليمية تفاعلية مثل المشاريع الطلابية والمسابقات المتخصصة في ريادة الأعمال، ما يخلق بيئة مشجعة للصقل العملي بال alongside النظري. وعندما تتخرج الطالبات مهيآت بكل من المعرفة والخبرة، تزداد قدرتهن على تأسيس مشروعات ناشئة قادرة على المنافسة والبقاء في السوق. (Afia et al., 2024)

لأزلت مسألة الوصول إلى الأسواق العالمية تمثل تحدياً لكنها تحمل في طياتها آفاقاً واسعة من الفرص. فمع سعي المملكة لانفتاح أكبر على العالم واستقطاب الاستثمارات الأجنبية، صار بإمكان رائدات الأعمال الاستفادة من هذا الزخم عبر توسيع نطاق مشروعاتهن خارج الحدود الوطنية. إذ يمكن استهداف

قاعدة عملاء في دول الخليج العربي أو منطقة الشرق الأوسط كخطوة أولى، خصوصًا إذا كانت المنتجات أو الخدمات المقدمة تحمل عناصر الابتكار أو الخصوصية الثقافية التي يمكن أن تلاقي رواجًا في الأسواق القريبة. وفي المراحل المتقدمة، قد يصبح التصدير إلى أوروبا أو آسيا خيارًا واعدًا، لا سيما إذا توفرت علاقات تعاون مع جهات خارجية تسهّل عملية التسويق والإمداد والتمويل. (Doukhi & Zouaoui, 2023)

وعلى صعيد آخر، بدأت السيدات السعوديات يتجهن نحو ما يُطلق عليه “الريادة الاجتماعية”، حيث تُطور المشاريع بهدف إيجاد حلول لقضايا اجتماعية أو بيئية، جنبًا إلى جنب مع تحقيق عائد مالي مستدام. يمثل هذا المنحى توجهًا واعدًا في سوق العمل، إذ يشهد إقبالًا متزايدًا من فئات شبابية تسعى لاستثمار مهاراتها في إحداث تغيير إيجابي على أرض الواقع. ومن أمثلة هذه المشاريع إنشاء مؤسسات صغيرة لتدريب النساء ذوات الدخل المحدود على مهارات الحرف اليدوية، أو منصات إلكترونية لتسويق منتجات الأسر المنتجة، أو حتى تنظيم فعاليات ثقافية تخدم فئات من المجتمع لم تحظ بفرص كافية في السابق. وتستفيد هذه الريادة الاجتماعية من الدعم الحكومي والجمعيات الخيرية والمبادرات التطوعية، ما يكفل لها أرضية راسخة للنمو والاستمرار. (Mesbahi & Benmostefa, 2024)

إنّ تكامل القطاع الخاص مع جهود الحكومة في دعم المشروعات النسائية صار أمرًا يُرى بوضوح ويتجلى في مبادرات عدة يقدها القطاع المصرفي والشركات الكبرى. فعلى سبيل المثال، بدأت بعض البنوك والمؤسسات المالية بتصميم برامج تمويلية خاصة بالنساء، تتسم بشروط مرنة وأسعار فائدة تحفيزية. كما دخلت شركات متخصصة في التسويق الرقمي على خط التعاون مع رائدات الأعمال، بتوفير حملات إعلامية وتدريب متقدم يهدف إلى رفع مستوى التنافسية وتعزيز فرص الظهور والوصول إلى شريحة عملاء أوسع. يُضاف إلى كل ذلك، إطلاق مسابقات تجارية متخصصة وتوفير جوائز قيمة تُشكّل دفعة معنوية ومادية للمشاريع النسائية الناشئة. (Ouotmane, 2024)

9.1.2 اختراق القطاعات التقليدية وخدمات البنية التحتية

كان تركيز أغلب السيدات السعوديات في السابق ينصبّ على القطاعات الخدمية والتجارية السريعة كالصناعات الغذائية البسيطة أو الأزياء، إلا أنه في السنوات الأخيرة باتت بعضهن يغامرن بالدخول

إلى مجالات أقل شيوعاً، كالمهندسة المعمارية والطاقة والخدمات اللوجستية. وعلى الرغم من أن هذه الحقول قد تكون ذات طابع تقني أو تتطلب استثماراً مالياً أكبر، إلا أن الرائدات المصممات على خوضها يعتمدن على شراكات استراتيجية ودعم فني وتقني من جهات محلية أو عالمية. بهذا، تُسهم مشاريعهن في سد ثغرات حقيقية في السوق، وتقديم خدمات مؤثرة مثل تحسين البنية التحتية أو توفير منتجات عالية الجودة تواكب التطور الاقتصادي الكبير الذي تشهده المملكة. (Al-Hamad, 2020)

المبحث الثاني: التجميل

1.2.2 قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية

شهد قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية تطورًا هائلًا خلال السنوات الأخيرة، متزامنًا مع حالة الانفتاح الاقتصادي والثقافي التي تعيشها البلاد. ويأتي هذا القطاع في مقدمة الأنشطة التي تشهد إقبالًا متزايدًا من شرائح واسعة من المجتمع السعودي؛ إذ لم يعد مفهوم العناية الشخصية مقتصرًا على استخدام منتجات أساسية، بل بات يشتمل على عيادات تجميل متخصصة وصالونات مرموقة تقدم خدمات متنوعة، وصولًا إلى المراكز التي تعنى بالجوانب العلاجية والجمالية على حد سواء. ويعزى هذا الازدهار إلى عوامل عدة، من أبرزها ارتفاع الوعي الصحي لدى الأفراد، والتوجه الحكومي نحو دعم المنشآت المرتبطة بالصحة والجمال، إضافة إلى ما أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي من زيادة في معدلات الاهتمام بالمظهر واللياقة. (Messani & Boubakeur, 2024)

ومن جهة أخرى، أخذت العلامات التجارية العالمية في مجال مستحضرات العناية بالبشرة والمكياج تفتح فروعًا ومنافذ بيع جديدة في مدن رئيسية مثل الرياض وجدة والخبر، فضلًا عن توسعها إلى مناطق أخرى في المملكة. ولم تتوقف هذه العلامات عند عرض منتجاتها فحسب، بل باتت توفر أكاديميات تدريب وبرامج تأهيلية للراغبين في احتراف مهن التجميل؛ ما خلق سوق عمل واعدة تتيح للمهتمين الفرصة للتخصص واكتساب خبرات تتوافق مع معايير عالمية. وقد دفع هذا الحراك العديد من الأسماء السعودية في صناعة التجميل إلى حصد اهتمام دولي، عبر طرح منتجات تركز على مكونات طبيعية محلية، فاتحةً بذلك آفاقًا جديدة لاستغلال الأعشاب والمواد الطبيعية السعودية في مستحضرات تحمل طابعًا وطنيًا إلى جانب الجودة العالية. (El-Khouly et al., 2021)

وتلعب التقنيات الحديثة دورًا مهمًا في نمو قطاع التجميل بالمملكة؛ إذ لم تعد المسألة مقصورة على المنتجات الأساسية كالمكياج التقليدي، بل انتشرت تقنيات جديدة في مجال العناية بالبشرة مثل الليزر والتقنيات المعتمدة على الخلايا الجذعية، والتي تحظى بإقبال متزايد نظرًا لما تقدمه من حلول فعالة

للمشكلات الجمالية والصحية على حد سواء. وتتولى عيادات متخصصة يقودها أطباء وأخصائيو جلدية مرخصون الإشراف على هذه الخدمات، مما يضفي عليها مزيجاً من المهنية والسلامة الطبية. وفي الوقت ذاته، تتزايد أهمية التجارة الإلكترونية في دفع عجلة هذا القطاع، حيث أصبح بإمكان المستهلكين الحصول على أحدث المنتجات والخدمات التجميلية عبر الإنترنت، مع إمكانية مقارنة الأسعار والاطلاع على تقييمات العملاء قبل اتخاذ قرار الشراء. (Derdar & Moulai, 2022)

علاوة على ذلك، برزت تحتاج الثقافات المحلية والدولية إلى حالة من الاندماج المنسجم، فالنساء السعوديات وجدن في التجميل مجالاً مثاليًا لإبراز ذوقهن الخاص وابتكار بصمة جمالية أصيلة تميز فيها روح التراث مع الحداثة. إذ نرى ذلك بشكل جليّ في تصاميم صالونات التجميل، والمراكات التجارية الوطنية التي تقدم كريمات أو عطوراً مستوحاة من عناصر محلية كدهن العود والورد الطائفي والزعفران السعودي، مع مراعاة أعلى معايير الجودة. وهذا التكامل بين الموروث والابتكار يُقابل بترحيب واسع، سواء من المستهلك المحلي أو حتى من السياح والمقيمين الأجانب الذين يسعون لاكتشاف هوية جمالية مختلفة. (Derdar & Moulai, 2022)

وفي السياق ذاته، تسهم مبادرات حكومية ومؤسسية عدة في إنشاء وتطوير معاهد متخصصة لتعليم فنون التجميل وتصميم الشعر وتنسيق الأزياء، ما يفتح الباب أمام أعداد متزايدة من الشابات السعوديات لدخول هذا العالم كمحترفات معتمدات. وتتضمن هذه المبادرات برامج تدريبية مكثفة وشهادات معترف بها عالميًا، مما يساهم في رفع مستوى التنافسية للوصول إلى أسواق خارج الحدود. وقد شكل كل ذلك حافزاً لرائدات الأعمال السعوديات لإنشاء مشروعاتهن الخاصة في القطاع، سواء عبر إطلاق منتجات تجميلية تحمل توقيعاً وطنياً أو تأسيس صالونات تستند إلى أحدث المعايير والتقنيات المتعارف عليها دولياً. وبهذه الصورة، يتجاوز الدور الاقتصادي لقطاع التجميل انتظامه في إطار العمل الحر، ليشمل أيضاً خلق فرص وظيفية واسعة للشابات السعوديات. (Beladjine, 2024)

، يمكن القول إن قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية ليس مجرد قطاع استهلاكي يواكب صيحات عالمية، بل هو منظومة متكاملة تجمع بين العناصر الثقافية المحلية والتطورات التكنولوجية

المتسارعة. فهو قطاع يتطور بسرعة تمثلها زيادة عدد العيادات المتخصصة، وتحسّن جودة وكفاءة الخدمات المقدمة، وارتفاع معدل الاستثمار الأجنبي في السوق المحلي. كما أنه يمضي نحو آفاق أرحب بتحفيز الإبداع المحلي في مجال المستحضرات الطبيعية والمدعمة علميًا، ما يمكنه من تحقيق استدامة ونمو مستدامين تلاحظهما أسواق المنطقة في المستقبل القريب. (Chorfi & Hamouti, 2023)

2.2.2 الوعي المتنامي والدعم الحكومي

شهد قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية تحولات جذرية خلال الأعوام الأخيرة، متأثرًا بارتفاع وعي المجتمع بأهمية العناية بالمظهر والصحة معًا. فالإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي وبرامج التوعية الصحية التي تُعنى بإشهار منتجات وخدمات التجميل ساهمت في بناء قاعدة معرفية واسعة لدى الجمهور. ونتج عن ذلك ازدياد الطلب على مراكز التجميل عالية المستوى، وارتفاع معايير الاختيار والجودة بين المستهلكين، إلى جانب ترسيخ قناعة متزايدة بأن الجمال ليس فقط مظهرًا خارجيًا، بل نمط حياة متكامل يقوم على العناية بالبشرة والشعر والصحة الجسدية بشكل عام. (Gameel, 2024)

فضلاً عن الوعي المتصاعد محليًا بأهمية التجميل والعناية الشخصية، جاء الدعم الحكومي كعامل جوهري في تطوير هذا القطاع. فقد عمدت الجهات الرسمية إلى تبسيط الإجراءات اللازمة لافتتاح مراكز أو عيادات متخصصة في التجميل، ووفرت حاضنات أعمال وبرامج تمويلية لمشاريع الصحة والعناية الشخصية. وتجلّى هذا الاهتمام في المبادرات المختلفة التي ربطت مسار التجميل بمسارات أخرى مثل السياحة الصحية، إذ باتت المملكة تهتم أيضًا باستقطاب الزوار الراغبين في خوض تجارب علاجية وتجميلية عالية الجودة، ما خلق نقطة التقاء إضافية بين التجميل والسياحة. (Ghiat, 2020)

وامتد الدعم الحكومي ليشمل الجانب التدريبي والتأهيلي للعناصر البشرية العاملة في هذا المجال، حيث ظهرت معاهد أكاديمية متخصصة في تعليم فنون التجميل والعناية بالبشرة والشعر بأسلوب أكثر احترافية وعالمية. وقد ساهم هذا التوجه في رفع مستوى الكفاءة لدى الكوادر السعودية، خصوصًا مع اعتماد مناهج تدريب حديثة تقوم على أحدث ما وصل إليه الطب التجميلي وتقنيات العناية بالبشرة. بهذا،

تهيأت بيئة مهنية أكثر تنظيماً وتخصصاً، تتيح للمستثمرين ورائدات الأعمال الانطلاق بأعمالهم بثقة في سوق حيوي وبمستويات عالية من المنافسة. (Sulaiman, 2021)

3.2.2 أهمية التقنيات الحديثة

☑ التطبيق التجميلي والتجارة الإلكترونية

أدى دخول التقنيات الحديثة إلى إحداث نقلات نوعية في قطاع التجميل بالمملكة، حيث تجاوز الأمر حدود التطبيق التجميلي الرتيب إلى ابتكارات جديدة تعتمد على الليزر والعمليات غير الجراحية وتقنيات متقدمة في مجال حقن البلازما والمستحضرات المعززة بعوامل النمو. وقد صارت عيادات التجميل تعول كثيراً على هذه الأساليب لتقديم خدمات أقل ألماً وأكثر فعالية، تلبي رغبات شريحة واسعة من العملاء الطامحين للنتائج السريعة والمضمونة. ويأتي تزايد الإقبال على هذه التقنيات مدفوعاً بانتشار المعلومات الموثوقة على وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، ما يجعل تجربة التجميل مقبولة وأكثر وضوحاً لدى المستهلكين. (Boubakeur et al., 2024)

وفي موازاة التطور التقني في المجال العلاجي، كان لتوسع التجارة الإلكترونية دورٌ ملحوظ في دعم قطاع التجميل من جوانب أخرى، مثل تسويق المنتجات والمستحضرات وعرض الخدمات التجميلية. إذ باتت باستطاعة كثير من الشركات والعلامات التجارية الوصول بسهولة إلى العملاء في مختلف مناطق المملكة، سواء عن طريق منصات البيع الإلكترونية الرسمية أو الحسابات المتخصصة على مواقع التواصل. ويمكن هذا التطور أيضاً الشركات الصغيرة ورواد الأعمال النسائية من الاستفادة من المساحات الإعلانية الشاسعة، فإذا بمنتهى منزلي يتحول إلى علامة تجارية معروفة على مستوى واسع، مستفيداً من الحملات الدعائية والتوصيات الرقمية. (Benzidane & Boudraf, 2021)

ومع احتدام المنافسة في مجال التجارة الإلكترونية، يلجأ العديد من صالونات ومراكز التجميل إلى طرح خطط عضوية أو تطبيقات خاصة عبر الهواتف الذكية لتعزيز التواصل مع العملاء، وتسهيل عمليات الحجز، وتخصيص العروض الحصرية. كما ساهم التطور الرقمي في إدخال أنظمة تقييم العملاء،

حيث يمكنهم التعبير عن مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة، ما يشجع المراكز عالية الجودة ويحفز غيرها لتطوير خدماتها. بذلك، تصبح التكنولوجيا عنصرًا محوريًا في تحديد المسار المستقبلي لصناعة التجميل، وفي ربط مقدمي الخدمة بالمستهفيدين بشكل أكثر كفاءة وسرعة. (Akachat & Hafidi, 2024)

☑ المشاريع النسائية والتأثير الثقافي في مشهد التجميل

تقدمت المرأة السعودية صفوف الاستثمار في قطاع التجميل بشكل ملحوظ، حيث دشنت العديد من رائدات الأعمال مراكز متخصصة أو ماركات تجميلية مبتكرة تلبي احتياجات السوق المتنوعة. واستطاعت بعض السيدات براءة دمج مفهوم التراث المحلي في منتجاتهن، مثل تضمين خلاصة النباتات الصحراوية وزيت العود في تركيبات المحاليل والكريمات، ما أكسبها طابعاً أصيلاً رفد الجمال بجانب تراثي عربي. وبهذه الخطوات الإبداعية، تعزز دور المرأة السعودية كمبتكرة تتطلع لإبراز ثقافة بلدها في الأسواق المحلية وحتى العالمية. (Fateh & Guerini, 2024)

إلى جانب ذلك، تلعب مغامرات السيدات في قطاع التجميل دوراً في تعزيز الوعي المجتمعي بطبيعة المشاريع النسائية وقدرتها على الإبداع والبروز في مجالات ظلت حكراً على الأسماء العالمية. فلم يقتصر إنجاز رائدات الأعمال على مجرد تأسيس صالونات أو إنتاج مستحضرات تجميل فحسب، بل امتد ليشمل تطوير معاهد تدريبية تؤهل فتيات الجيل الجديد لدخول سوق التجميل بثقة. ومع مرور الوقت، شكّل تزايد المشاريع النسائية جسراً لنقل الخبرة والمعرفة، وأوجد ثقافة متقبلة لتملّك المرأة لمشروعها الخاص، وجذب ذلك انتباه المؤسسات المالية التي بدأت تقدّم فرص تمويل وترعى مبادرات تسهل انطلاقة هؤلاء رائدات. (Amnache-Chikh & Mekhzoumi, 2022)

إن حضور المرأة السعودية في هذا القطاع لم يغيّر صورة السوق فحسب، بل أثر أيضاً على القيم الاجتماعية والثقافية الخاصة بالجمال والعناية الشخصية. إذ باتت نظرة المجتمع نحو مراكز التجميل النسائية أكثر ترحيباً، وباتت مسألة العناية الذاتية ليست حكراً على المناسبات أو الأعراس، بل أصبحت روتيناً لدى كثير من النساء، وحتى لدى الرجال في بعض الجوانب. بهذا المعنى، تتجاوز المشاريع النسائية في

قطاع التجميل منحى الربح المادي إلى صناعة تغيير ثقافي إيجابي وتعزيز مفهوم الرفاه الشخصي.

(Benghalem & Maliki, 2021)

4.2.2 الاستدامة والابتكار

يتجلى المستقبل الواعد لقطاع التجميل السعودي في تبنيه مفاهيم الاستدامة والابتكار، حيث بدأت بعض العلامات التجارية بتطوير منتجات خالية من المواد الكيميائية الضارة، والتركيز على مشتقات طبيعية تقلل الآثار البيئية. ويتوافق هذا التوجه مع الوعي العالمي المتزايد بشأن سلامة البيئة وضرورة احترام المعايير الصحية الصارمة، ما يضع قطاع التجميل السعودي في مصاف الصناعات العالمية المتماشية مع المعايير البيئية والدولية. وفي الوقت نفسه، يشكل ذلك فرصة للمبتكرين ورواد الأعمال لتأسيس علامات تجارية بيئية المنشأ، تركز على المواد العضوية والمكونات المعاد تدويرها أو القابلة للتحلل. (Al-Sarhan & Halouani, 2024)

وفي ظل هذا التوجه، من الممكن توسيع قاعدة التعاون بين القطاعين الحكومي والخاص لتوفير الدعم اللازم لمشاريع بحثية تركز على جوانب مستدامة في مجال العناية بالبشرة والشعر. وقد يُترجم ذلك إلى إقامة مختبرات متخصصة أو برامج احتضان للأفكار الخضراء التي تدمج التقنيات الحديثة بالمواد الطبيعية السعودية. بهذه الصورة، لا يقتصر دور القطاع على تأمين مستحضرات عالية الجودة فحسب، بل يصبح لاعباً مهماً في الهياكل البحثية والعلمية التي تساهم في صياغة معايير جديدة في قطاع التجميل عالمياً. (Boumzbar & Adoun, 2024)

إن خطط التطوير لا تقف عند حدّ المنتجات أو الخدمات فقط، بل تتعداها إلى تنظيم معارض ومهرجانات متخصصة للتجميل وعروض الأزياء، تستضيف خبراء عالميين ومحليين، وتعزز تبادل المعرفة والتجارب الفريدة. ومن الملاحظ أن هذه الفعاليات تمثل فرصة ذهبية للتجار والمبتكرين لتعزيز مكانتهم في السوق المحلية والترويج لما يقدمونه على المنصات الدولية. بهذا، تستقر قواعد قطاع التجميل السعودي على أرض صلبة تتيح له مزيداً من الانفتاح على العالم، واستقطاب رؤوس الأموال والاستثمارات، وتحقيق معدلات نمو متميزة في المستقبل القريب. (Imene, 2021)

يمرّ قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية بمرحلة يمكن وصفها بالذهبية، حيث يتنامى اهتمام المستهلك السعودي بالجمال والصحة بشكل متسارع، وتحظى العلامات التجارية المحلية والعالمية باهتمام واسع في الأسواق الكبرى. وفي ظلّ هذا التنامي، تتعاظم التنافسية بين مراكز التجميل ومُصنّعي المستحضرات، ما يدفعهم إلى تقديم خدمات مبتكرة ومنتجات متطورة تواكب أحدث صيحات الموضة العالمية، وفي الوقت ذاته تحافظ على خصوصية الروح المحلية. ولم تعد مراكز التجميل تقف عند حدود العناية بالبشرة والشعر فحسب، بل أصبحت توفر خدمات شاملة تجسد مفهوم "الرفاه الجسدي والذهني"، بدءًا من الاستشارات الشخصية حول أفضل طرق العناية، وصولًا إلى خدمات الاسترخاء والسبا وعلاجات متقدمة في الطب التجميلي. (Seddiki, 2024)

ويمثّل التعاون المتزايد بين قطاع التجميل وقطاع السياحة محطة مهمة على طريق التطوير، فبعض المدن السعودية الكبرى مثل الرياض وجدة والدمام، بدأت تتبنى نمط "السياحة التجميلية"، مستفيدةً من توفر عيادات مجهزة بأحدث التقنيات وكوادر طبية تتمتع بخبرة عالية. وقد صاحب هذا التوجّه ازدهار في منشآت الضيافة الفاخرة التي تقدم برامج متخصصة في الصحة والجمال، تتيح للزوار تجربة تنطوي على الاسترخاء واستعادة الحيوية. وبهذا، تتحول زيارة المملكة إلى رحلة متعددة المنافع: سياحة دينية أو ترفيهية، تقابلها فرصة للتجميل والعناية الشخصية، وهو أمر يساهم في تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي في المزيد من المشروعات ذات الصلة بهذا القطاع. (Aburrub, 2021)

من جانب آخر، ساهم الإعلام الرقمي في تشكيل وعي جديد لدى المستهلك السعودي، حيث يلجأ الكثيرون إلى منصات التواصل الاجتماعي لقراءة التقييمات ودراسة مقارنات الأسعار قبل اختيار أي منتج أو خدمة. وفي هذا الإطار، ظهرت فئة جديدة من المؤثرين الرقميين الذين يتخصّصون في مجال التجميل، ويقدمون نصائح مبنية على تجارب شخصية أو استشارات طبية معتمدة. وقد أحدث هؤلاء المؤثرون نقلة نوعية في رسم توجهات السوق وتحديد روافد الطلب، إذ غالبًا ما يُكسب توصيفهم لمنتج أو خدمة معينة زخمًا كبيرًا يجعلها تنتشر على نطاق أوسع. ومن هنا، أدركت العلامات التجارية والمراكز التجميلية أهمية التواصل الفعال مع هذه الفئة، واستثمرت في بناء شراكات إعلامية تركز على المحتوى القيّم الذي يلبي احتياجات المتابعين ويثري معرفتهم. (Mekhzoumi et al., 2022)

وعلى صعيد التعليم المهني، يلحظ المتابع وجود رغبة ملحة لدى الأجيال الشابة في دخول عالم التجميل كمتخصصين أو محترفين، ما شجّع إطلاق برامج تعليمية في الجامعات أو المعاهد المعتمدة التي تدرّس علوم الجلدية والمستحضرات والليزر والعلاجات التجميلية المتطورة. ولم يعد الأمر مقتصرًا على الدورات القصيرة، بل ظهرت شهادات دبلوم وبكالوريوس في بعض المجالات المرتبطة بالتجميل والموضة، الأمر الذي يكفل تزويد السوق السعودي بكوادر سعودية مؤهلة قادرة على الابتكار وتقديم إضافات نوعية. ومن المنتظر أن يساهم هذا التوجه التعليمي في تعزيز مستوى المنافسة ورفع جودة الخدمات، وبالتالي ترسيخ مكانة القطاع كأحد محركات النمو الاقتصادي والتنمية البشرية في المملكة. (Afia et al., 2024)

وفي ضوء الأهمية البالغة لعنصري الجودة والسلامة، باتت الجهات الحكومية والرقابية تبدي حرصًا أكبر على مراقبة منتجات التجميل وفرض مقاييس دقيقة لضمان خلوها من المواد الضارة واحترامها للمعايير الصحية. فوجود رقابة صارمة في السوق يعزز ثقة المستهلكين، ويدفع الشركات المحلية والعالمية إلى التكيف مع أفضل الممارسات الصناعية. كما يساعد في الحد من انتشار المنتجات المقلدة ورخيصة الثمن التي قد تسبب مشكلات صحية، وبذلك يساهم في الارتقاء بسمعة السوق السعودي بصفته سوقًا ناضجًا تحكمه معايير جودة عالية. ومن المتوقع مع توالي السنوات وتعاظم خبرات اللاعبين المحليين والدوليين، أن يصبح قطاع التجميل في المملكة نموذجًا للإبداع والجودة في المنطقة، يجذب الاستثمارات ويمكن المرأة السعودية من قيادة هذا التوجه الجديد في عالم الجمال. (Mesbahi & Benmostefa, 2024)

5.2.2 ملامح جديدة في سوق التجميل

لم يعد الاهتمام بالتجميل في المملكة العربية السعودية مقتصرًا على النساء فحسب، إذ باتت مراكز العناية الشخصية الرجالية تلعب دورًا حيويًا في المشهد الحالي. ففي ظل تحوّل الوعي المجتمعي نحو عناية أكثر شمولية بالصحة والمظهر الخارجي، أخذ الرجال يتجهون إلى صالونات متخصصة توفر خدمات قص الشعر والعناية بالبشرة واللحية، وأحيانًا خدمات أخرى مثل التدليك والتحليل الشامل لنوع البشرة. ولعل العامل الأبرز في هذا التحول هو الإقبال الواسع الذي وجد مشتركات بين الحفاظ على المظهر وبين

تعزيز الثقة بالنفس، ما دفع رواد الأعمال إلى ضخ مزيدٍ من الاستثمارات لتلبية الطلب المتزايد في السوق الرجالية. (Doukhi & Zouaoui, 2023)

مع توسع هذا القطاع، بدأت العلامات التجارية العالمية المتخصصة في مستحضرات الرجال تفتح فروعاً لها في المملكة، ما منح المستهلكين نطاقاً أوسع للاختيار بين منتجات العناية بالبشرة والشعر واللحية، إضافة إلى العطور المصنوعة خصيصاً لتناسب الذوق الرجالي العربي. وقد ترافق هذا الاهتمام بالحضور القوي في المعارض الرجالية أو الملتقيات التجارية الموجهة للرجال، والتي تسلط الضوء على أحدث الصيحات في عالم الأزياء والعناية الشخصية. وهكذا، صار قطاع التجميل الرجالي ميداناً واعداً في الاقتصاد الوطني، يعزز التنوع ويعطي فرصة لتطوير ماركات سعودية تلي احتياجات هذه الشريحة سريعة النمو. (Messani & Boubakeur, 2024)

من جهة أخرى، تساعد هذه النقلة النوعية في دفع عجلة الابتكار في قطاع التجميل بشكل عام، فعلى سبيل المثال، اهتمت بعض الشركات المحلية بإطلاق خطوط إنتاج خاصة بالرجال تحتوي على مكونات طبيعية تتلاءم مع طبيعة البشرة في المنطقة ومناخها. وتماشياً مع هذا النمو، تنبئ مراكز التدريب أساليب جديدة في تعليم الحلاقة الاحترافية والعناية بالبشرة القائمة على المعايير الدولية. كل هذه التطورات جعلت من "خدمات العناية الرجالية" جزءاً لا يتجزأ من قصة نجاح قطاع التجميل السعودي، وأثبتت قدرة الساحة المحلية على استيعاب التوجهات العالمية وتطويرها بما يناسب متطلبات المجتمع المحلي. (Al-Hamad, 2020)

6.2.2 العلامات السعودية الصاعدة

شهدت السنوات الأخيرة انتعاشاً لافتاً للعلامات التجارية السعودية المرتبطة بمنتجات التجميل، خصوصاً تلك التي انطلقت من فكرة صغيرة في المنزل لتصبح لاحقاً مشروعاً ضخماً تنهافت عليه صالونات التجميل والمتاجر الكبرى. وتُعد هذه المبادرات النجاحات المهمة التي ساعدت الكثير من السعوديين والسعوديات على خوض تجربة ريادة الأعمال في مجال مستحضرات البشرة والعطور والزيوت الطبيعية. في البداية، اعتمد أصحاب هذه المشاريع على صفات تقليدية وتجارب شخصية، لكن بمرور الوقت، طُورت

التراكيب من خلال بحوث علمية وتعاون مع خبراء، ما أضفى على المنتجات الوطنية مزيداً من الاحترافية.

(Derdar & Moulai, 2022)

يأتي صعود هذه الماركات أيضاً بدعم من منصات التواصل الاجتماعي، حيث تتبادل فئات شبابية مختلفة النصائح والتوصيات بشأن المنتجات الفعالة، وهو ما وقر عناصر أساسية للانتشار السريع وأكسب هذه العلامات شعبية واسعة. وبفضل هذا التأثير الرقمي، استطاع كثير من أصحاب الأعمال المنزلية تخصيص جزء من مدخلهم للتركيز على تطوير جودة المنتجات وتقديم تصاميم عبوات مميزة تجتذب العملاء بصرياً. الأمر لم يتوقف عند السوق المحلية، بل وجدت بعض الماركات السعودية طريقها إلى الأسواق الخليجية بل وحتى العالمية، مدفوعة بسمعة طيبة للقيمة العالية للمنتج. (Beladjine, 2024)

ومع تراكم الخبرات وارتفاع مستوى الطموح، بدأ أصحاب العلامات التجارية يتطلعون إلى بناء شراكات تصنيعية مع شركات عالمية، من أجل توسيع خط الإنتاج وتطبيق معايير دولية صارمة في الصناعة. ومن خلال حصولهم على شهادات الجودة والامتثال للمواصفات الدولية، باتوا قادرين على تصدير منتجاتهم إلى أسواق متعددة. بهذه الصورة، تساهم قصص النجاح هذه في تعزيز البعد الثقافي والاقتصادي لقطاع التجميل السعودي، وتقديم أمثلة لما يمكن أن يحققه الابتكار والالتزام بالهوية الوطنية عند مزجها بروح الريادة والانفتاح على العالم. (Chorfi & Hamouti, 2023)

7.2.2 التجميل كعامل جذب سياحي

في إطار رؤية 2030، زاد الاهتمام بقطاع السياحة كأحد محاور التنمية الاقتصادية في المملكة، وكان لا بدّ من إدراج قطاع التجميل ضمن خطط الجذب السياحي. فقد بدأت المدن السعودية، لاسيما الكبرى منها، تسلط الضوء على فخامة مراكز السبا والاستجمام، وعلاجات الجمال المتطورة، كمقصد استثنائي للسياح من دول الجوار والعالم. وتوفر هذه المراكز حزمًا متكاملة تشمل الاستقبال في أرقى الفنادق، ثم جولات في معالم المدينة يتخللها جلسات عناية مكثفة بالجلد والشعر، مما يضمن للسائح تجربة متكاملة تجمع الاسترخاء والاستكشاف الثقافي في آن واحد. (Gameel, 2024)

وتتجلى أهمية هذا التوجه في رفع معدلات إنفاق السياح، خاصةً في فئة السياحة العلاجية والتجميلية، حيث يتداول كثير من الزوار أخبار المرافق العالية المستوى والأطباء المحترفين في عيادات التجميل وكذلك الأجهزة الحديثة. هذه الميزة التنافسية تُدار بعناية مع تعزيز الثقافة الخاصة بقيم الضيافة السعودية، ما يجعل التجربة مفصلة بحسب رغبة واحتياجات كل زائر. ويدعم هذه الجهود عدد من المبادرات المشتركة بين القطاعين الحكومي والخاص، تسعى إلى تقوية البنية التحتية للمراكز التجميلية حتى تصل إلى معايير عالمية في الخدمة والأمان والجودة. (Ghiat, 2020)

ويأتي الجانب الثقافي ليدعم هذا التوجه، إذ يجد السياح في تجربة التجميل السعودية فرصة لتعرف معنى الجمال المحلي بتوظيف عجائب الأعشاب الصحراوية أو العطور التقليدية، كما يكتشفون البُعد الروحي والجمالي المرتبط بالعادات السعودية. ويظهر هذا المزيج الحضاري بشكل إضافي في المناسبات الخاصة مثل المهرجانات والفعاليات، حيث يُعرض التراث الشعبي إلى جانب صيحات الموضة العصرية. وهكذا، يصبح التجميل في المملكة ليس مجرد عناية خارجية، بل بوابة يتعرف عبرها العالم على عمق ثقافة البلد وتنوع مصادره جماله. (Boubakeur et al., 2024)

8.2.2 فرص الوظائف المتخصصة:

لم يعد سوق التجميل يقتصر على الأطباء والمتخصصين في التمريض وشؤون العناية بالبشرة فقط، بل اتسع ليشمل مجالات جديدة أدخلت مهناً إشرافية مثل الاستشارات الجمالية المتقدمة، وإدارة مراكز السبا، والتصوير التجميلي، وحتى تطوير البرمجيات المخصصة للتجميل. هذه التفرعات أوجدت حاجة ماسة لكوادر مدربة تدريباً محترفاً، ما دفع المؤسسات الأكاديمية والمراكز الخاصة إلى طرح برامج ودورات ودبلومات احترافية تواكب التطورات العالمية في مجالات التجميل والليزر والجراحات التجميلية البسيطة. (Sulaiman, 2021)

ومع ارتفاع طلب المستهلكين على التخصصات التجميلية الدقيقة، برزت اختصاصات مثل تركيب الرموش والحواجب شبه الدائمة، بالإضافة إلى تقنيات مختلفة لتنسيق القوام وإزالة الشعر بطرق حديثة. ويسعى أرباب العمل إلى تعيين خبراء ومدربين أكفاء قادرين على مواكبة رؤية الموردين العالميين ومطابقتها

للظروف المحلية. ونتيجة لذلك، تتزايد أهمية منح رخص واعتمادات مهنية تبين كفاءة المتخصصين وقدرتهم على تقديم خدمات وفق أعلى معايير الجودة والسلامة، مما يعزز الثقة ويضمن استمرارية القطاع في تحقيق نمو مطّرد. (Benzidane & Boudraf, 2021)

وبسبب التخصص الكبير وانتشار الأقسام المتفرعة في صناعة التجميل، ظهرت منصات جديدة للعرض والتوظيف تجمع بين مقدمي الخدمات والمستهلكين. ومن جانب آخر، نشأ سوق موازٍ للتدريب والاستشارات وربما التسويق الرقمي، حيث لا تُسهم هذه المجالات في رفع الوعي بالخدمات فحسب، بل تساعد في تسريع وتيرة دمج التكنولوجيا والابتكار داخل القطاع. وفي النهاية، يُعد نمو فرص العمل المتاحة وتساعد مستوى الاحترافية في القطاع إشارة واضحة إلى أن صناعة التجميل في المملكة ماضية بخطى واثقة نحو تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية بعيدة المدى. (Akachat & Hafidi, 2024)

شهد قطاع التجميل تحولاً جوهرياً في طريقة تقديم الخدمات للمستهلكين، إذ لم تعد الصالونات ومراكز العناية الشخصية تقتصر على أساليب تقليدية؛ بل باتت تعتمد على مفاهيم جديدة تدمج بين التقنيات الرقمية والتجارب الواقعية. فقد أصبح بإمكان العملاء حجز مواعيدهم عبر منصات إلكترونية مخصصة، والحصول على استشارات جمالية فورية من خبراء ودكاترة مختصين. وبدورها، تُسهم هذه الواجهة التقنية في تسهيل إدارة المواعيد وجعل سوق التجميل أكثر تنظيماً، بحيث يُلبّي الطلب المتزايد ويُرضي تنوع الأذواق. (Fateh & Guerini, 2024)

بالإضافة إلى ذلك، يشكل الحضور الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي رافداً أساسياً لاكتشاف وتقييم خدمات التجميل في المملكة. فكثير من صالونات التجميل والأطباء المتخصصين يعرضون أعمالهم عبر مقاطع الفيديو أو الصور الفوتوغرافية التفصيلية، ما يسمح للمستخدم برؤية النتائج الفعلية والمقارنة بين عدة خيارات قبل اتخاذ القرار. كما أن وجود مراجعات وتقييمات المستخدمين يزيد من مستوى الشفافية والثقة، ويدفع مزوّدي الخدمات إلى التركيز على الجودة والابتكار المستمر. (Imene, 2021)

وعلى صعيد التنوع الثقافي، تجد في الأسواق السعودية اليوم منتجات ومسايق عناية بمواد مستوردة إلى جانب إنتاج محلي متميّز. فتتوفر ماركات تجميل عالمية تلبي متطلبات شرائح من المتذوقين

ذوي الأذواق المختلفة والجماليات الحديثة، وفي الوقت عينه تشهد المنتجات المحلية – وبخاصة تلك المعتمدة على عناصر طبيعية – إقبالاً لافتاً نظراً لسمعتها في نقاء المكونات واحترام البيئة. ومن هذا المنطلق، تتعايش في السوق السعودي تيارات عصرية وعالمية جنباً إلى جنب مع تيارات تراثية مرتبطة بالموروث الثقافي. (Amnache-Chikh & Mekhzoumi, 2022)

يلعب العنصر البشري دوراً لا غنى عنه في ازدهار القطاع، خصوصاً مع وصول جيل جديد من الأطباء والخبراء المدعومين بتعليم أكاديمي متخصص وتدريبات عملية في عواصم عالمية للتجميل. وبفضل هذا الانفتاح، لا تعود أهمية القطاع مقتصرة على حجم المبيعات، بل تمتد لتشمل تطوير خبرات وطنية قادرة على المنافسة عالمياً والمشاركة في المؤتمرات والفعاليات الدولية. ويُترجم ذلك بتحقيق مستوى عالٍ من تبادل الخبرات في القيم الجمالية، والإلمام بآخر الاكتشافات والابتكارات في الطب التجميلي والعناية المتقدمة. (Benghalem & Maliki, 2021)

في المحصلة، يبرز قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية بوصفه قطاعاً يوازن بين الحداثة والأصالة، ويعكس واقعاً اقتصادياً واجتماعياً يولي الاهتمام بصحة وجمال الأفراد أهمية ملحوظة. واللافت في الأمر أن هذه التطورات لا تفيد المستهلك السعودي وحسب، بل تجعل سوق التجميل المحلي مركز جذب للمبتكرين والمبدعين، سواء من داخل البلاد أو خارجها. بذلك، يتحول هذا القطاع إلى واجهة تعكس صورة جديدة للمملكة كبيئة حاضنة للتقدم والابتكار والتنوع الثقافي، في مسارها الدؤوب نحو التنمية الشاملة. (Boumzbar & Adoun, 2024)

9.2.2 التنظيم المهني والترخيص

يمثل التنظيم المهني والترخيص أحد الركائز الأساسية في ازدهار قطاع التجميل في المملكة العربية السعودية؛ إذ لم تعد الدولة تكتفي بإتاحة الفرص الاستثمارية فحسب، بل أولت أهمية خاصة لضمان التزام الشركات والمراكز التجميلية بمعايير جودة صارمة. وبفضل هذا النهج، بات الحصول على تصاريح رسمية لمزاولة المهنة رهناً بمدى التزام الجهات المعنية بالشروط الصحية والطبية والسلامة، وهو ما حفّز العيادات والمراكز على الاستعانة بمختصين مؤهلين، والالتزام بأطر رقابية مستمرة. ونتيجة لذلك، اكتسب

القطاع مصداقية رفيعة المستوى، أسهمت في تعزيز ثقة المستهلكين السعوديين والأجانب على حد سواء، فضلاً عن جعل البلاد وجهة مميزة لتلقي خدمات التجميل بأحدث التقنيات. (Al-Sarhan & Halouani, 2024)

ولا يتوقف دور الجهات الحكومية عند منح التراخيص والإشراف القانوني فحسب، بل يمتد إلى إطلاق مبادرات نوعية تدعم نمو هذا القطاع، مثل ورش العمل والمؤتمرات الدولية المختصة بالتجميل والعناية الصحية. وتتيح هذه المبادرات فرصاً لإيجاد شراكات وتعاونات بين الأطباء السعوديين وكبرى المؤسسات الخارجية، ما يفتح أبواباً واسعة للاطلاع على أحدث البحوث العلمية والتقنيات المتطورة. إلى جانب ذلك، تُمثل المؤتمرات منصة فريدة تلتقي فيها العلامات التجارية المحلية بالصناعة الدولية، فتتعلم من التجارب والخبرات العالمية، وتُطور استراتيجياتها للمنافسة بنجاح داخل السوق السعودي وخارجه. (Seddiki, 2024)

في السنوات الأخيرة، ساهمت المنصات الرقمية المتخصصة في تسهيل عملية شراء منتجات التجميل والاستفادة من الخدمات التجميلية المتنوعة، ومع ظهور مزودى خدمات الشحن السريع وخدمات الدفع الإلكتروني، أصبح في الإمكان توفير تشكيلة كبيرة من المستحضرات للمستهلكين في مختلف أرجاء المملكة. ولم تكتف هذه المنصات بتوفير المنتجات فقط، بل طور بعضها منظومات تقييم تفاعلية تتيح للمستهلك مقارنة منتجات مختلفة وقراءة مراجعات فعلية من مستخدمين سبق أن جربوا المنتج. الأمر الذي خلق ثقافة تسوق جديدة تقوم على التقييم الجاد والنقاشات المتبادلة، بما يعزز مستوى الوعي لدى المستهلك ويحمله للتحقق الدقيق قبل الشراء. وهكذا، لم يعد شراء مستحضرات التجميل عشوائياً أو مبنياً على الإعلان وحده؛ بل صار مبنياً على المعرفة والتجربة العملية. (Toual et al., 2022)

نجد أن التخصصية في مجال التجميل بدأت تتسع بحيث تضم الآن أقساماً متعددة، مثل جراحات التجميل والترميم، والعناية بالبشرة والشعر، وتخصصات تشخيصية ترتبط بالجوانب النفسية والاجتماعية للمرضى أو العملاء. فالبعض قد يقصد عيادة التجميل طمخاً في تحسين مظهر خارجي، لكن هذه الرغبة قد تنعكس إيجابياً على حالته النفسية والثقة بالذات، وهنا يبرز دور الاستشاريين والأطباء

النفسيين في تقديم إرشادات متكاملة تراعي توازن الجوانب الصحية والنفسية معًا. بهذا المعنى، يتنامى في المملكة مفهوم "التجميل الشامل" الذي لا يقتصر على تعديل الشكل فحسب، بل يولي اهتمامًا بالنمو النفسي والذاتي للعميل، ما يجعل التجربة غنية وعميقة. (Aburruub, 2021)

رغم هذا الازدهار، لا يخلو المشهد من تحديات تتطلب مواجهتها لضمان استدامة التقدم. فعلى سبيل المثال، يشكل ارتفاع تكلفة بعض التقنيات الحديثة عائقًا أمام بعض فئات المجتمع، وقد يحول دون انتشارها على نطاق أوسع. كما أن حاجة القطاع إلى كوادر بشرية سعودية مدربة ومختصة تظل من أبرز الأولويات، خصوصًا في ظل الاعتماد على الكوادر الأجنبية في المجالات الدقيقة. غير أن هذه التحديات، وإن بدت آنية، تفتح مساحة لإطلاق مبادرات تعزز التعليم والتدريب، واستقطاب الاستثمارات التي تتيح نقل المعرفة وتقنيات التصنيع إلى الداخل، وبالتالي تقليل تكاليف الإنتاج والخدمات. وبالنظر إلى إنجازات الأعوام الماضية، يتوقع المراقبون استمرار قطاع التجميل في تحقيق قفزات نوعية في المستوى الداخلي والإقليمي، ما يعزز من صورة المملكة كمركز إقليمي للاهتمام بالصحة والجمال والابتكار. (Mekhzoumi et al., 2022)

10.2.2 التحولات الكبيرة التي تشهدها المملكة

في ضوء التحولات الكبيرة التي تشهدها المملكة، يمكن القول إن قطاع التجميل بات يشكل مرآة حية لكل ما تحمله الرؤية الشاملة من قيمة وأهداف. فهو يجمع بين أبعاد ثقافية واجتماعية واقتصادية، ويبرز القدرة على تحقيق التكامل بين التقاليد المحلية ومتطلبات العالم المعاصر. وقد شكّلت المبادرات الحكومية في تنظيم القطاع وتشجيع المشاريع الوطنية رافدًا مهمًا لتطويره، الأمر الذي انعكس على البيئة الاقتصادية ككل، وفتح آفاقًا جديدة أمام الاستثمارات الخارجية والشراكات الدولية. (Radwan & Daoud, 2021)

من جانب آخر، ساهم التطور الرقمي في دعم القطاع على نحو جوهري، حيث لمس المستهلكون نقلة نوعية تتيح اختيارات متعددة، وتوفر فرصًا للمقارنة والتواصل مع الخبراء وتقييم جودة الخدمات. كما شكل الانفتاح على الأسواق العالمية والتطورات التكنولوجية في مجال الطب التجميلي والعناية

الشخصية محرّكاً إضافياً للنمو، إذ يتيح للعلامات التجارية السعودية المحلية أن تحجز لنفسها مكانة رفيعة على المستويين الإقليمي والعالمي. (Afia et al., 2024)

لا شك أن طريق التجميل ما يزال يحمل في طياته تحديات من قبيل الحاجة إلى مزيد من الكوادر السعودية المؤهلة، إضافة إلى التوعية المستمرة بأهمية جودة المنتجات والمعايير الصحية. لكن مع استدامة الجهود المبذولة، تتزايد فرص تحويل القطاع إلى وجهة سياحية وتجارية متكاملة، تخدم السكان المحليين والزوار من شتى أنحاء العالم. ويتيح هذا التحول للخدمات التجميلية أن تصبح واحدًا من أبرز روافد التنمية الاقتصادية والثقافية في البلد. (Doukhi & Zouaoui, 2023)

في النهاية، يمثل قطاع التجميل بأفاقه الواعدة أحد أوجه الطموح السعودي نحو بناء اقتصاد متنوّع ومتطور، يقوده جيل شاب يمتلك رؤية ابتكارية وخبرة تقنية تتلاقى مع اهتمام عالمي متنامٍ بهذا المجال. إن تجربة التجميل السعودية، بدعمها الرسمي والزخم الذي تكتسبه من الشراكات والتقنيات الحديثة، تكشف عن نموذج مرّن يؤسس لبيئة فاعلة وجاذبة تعزز من مكانة المملكة كمركز للحدّثة والابتكار، ليوصل القطاع مسيرته بخطوات راسخة على طريق الإنجازات المستقبلية. (Mesbahi & Benmostefa, 2024)

الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة

1.3 مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة

2.3 منهجية البحث:

يستند البحث على منهجاً وصفيّاً تحليلياً، حيث يركز على فحص الأسس النظرية المتعلقة بالموضوع من خلال استعراض المراجع العربية والأجنبية ذات الصلة. ويتضمن البحث أيضاً تنفيذ دراسة ميدانية تتمثل في توزيع استبيانات على فئات مختلفة من العينة المختارة.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين في قسم إدارة الأزمات بوزارة الصحة دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض وقامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات العشوائية البسيطة لجمع بيانات الدراسة وذلك عن طريق أداة الدراسة المتمثلة في استمارة الاستبيان وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 350 فرد وهم الذين أجابوا على استمارة الاستبيان.

4.3 مصادر جمع البيانات والمعلومات:

تعتمد الدراسة على مصدرين أساسيين في جمع البيانات والمعلومات كما يلي:

➤ المصادر الثانوية: وتتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة بالإضافة

إلى الاعتماد على الأبحاث والدراسات السابقة والدوريات والمجلات العلمية والمقالات

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

5.3 الأساليب الإحصائية:

قام البحث باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية كما يلي:

- معامل الفاكورنباخ لحساب مستوي ثبات أداة الدراسة
- معامل ارتباط بيرسون لتحديد مستوي الاتساق الداخلي وصدق أداة الدراسة وللتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة
- النسب والتكرارات لوصف خصائص عينة الدراسة
- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف مستوي استجابة افراد عينة الدراسة لعبارات أداة الدراسة
- معادلة الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين متغيرات الدراسة

6.3 أداة الدراسة

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني،
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع. وتضمنت العبارات المتعلقة بالمتغير المستقل (التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية) وتضمن أربع ابعاد (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) واشتملت على 20

عبارات والعبارات المتعلقة بالمتغير التابع (قطاع التجميل) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض واشتملت على 10 عبارة وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات الذي يتكون من موافق جدا (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق جدا (1) في الإجابة على أسئلة محاور الدراسة.

وقد قامت الدراسة بتقسيم اتجاه موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات محاور الدراسة إلى مستويات من خلال تطبيق ما يلي:

- مدي المقياس = أعلي رقم في المقياس (5) – أقل رقم في المقياس (1) = 4
- مدي المستوي = مدي المقياس / عدد المستويات (5) = 0.80

جدول (1) مستويات موافقة عينة الدراسة على عبارات أداة الدراسة

الدرجة	المستوي
1.79 – 1	منخفضة جدا
2.59 – 1.80	منخفضة
3.39 – 2.60	متوسطة
4.19 – 3.40	مرتفعة
5.00 – 4.20	مرتفعة جدا

7.3 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوي التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية

جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
التمويل			
1	أجد صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتأسيس مشروع في قطاع التجميل.	0.588**	0.000
2	الجهات التمويلية لا تمنح الأولوية لريادة الأعمال النسائية مقارنة بنظيرها الرجالي.	0.687**	0.000
3	الشروط البنكية تعيق حصولي على القروض المطلوبة لمشروعي.	0.481**	0.000
4	التمويل الذاتي هو الخيار الوحيد المتاح لي بسبب ضعف الدعم المالي الخارجي.	0.607**	0.000
5	أرى أن هناك فرص تمويل متاحة لرواد الأعمال بشكل عام ولكن يصعب الوصول إليها كمرأة.	0.646**	0.000
المهارات الإدارية			
6	أواجه تحديات في وضع الخطط الاستراتيجية لمشروعي.	0.778**	0.000
7	أحتاج إلى تطوير مهاراتي في إدارة الموارد البشرية داخل المشروع.	0.590**	0.000
8	أجد صعوبة في اتخاذ قرارات مالية مدروسة تؤثر على نمو المشروع.	0.782**	0.000
9	إدارة الوقت والمهام اليومية تشكل ضغطاً على سير العمل.	0.795**	0.000
10	أمتلك المهارات الإدارية الكافية لإدارة مشروع بي بفعالية.	0.488**	0.000
الدعم المؤسسي			
11	المؤسسات الحكومية تقدم برامج فعالة لدعم المشاريع النسائية.	0.721**	0.000

م	العبرة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
12	الدعم المقدم من الجهات الرسمية لا يلبي احتياجات المشاريع الصغيرة في قطاع التجميل.	0.730**	0.000
13	استفدت من المبادرات أو الحاضنات التي تعزز من فرص نجاح المشاريع النسائية.	0.529**	0.000
14	أرى أن هناك غيابًا للتوجيه والإرشاد المهني في مراحل المشروع الأولى.	0.634**	0.000
15	أجد صعوبة في فهم الإجراءات النظامية المطلوبة لتأسيس المشروع.	0.671**	0.000
البيئة الاجتماعية			
16	المجتمع يشجع المرأة على خوض تجربة ريادة الأعمال في قطاع التجميل.	0.778**	0.000
17	أتلقي دعمًا معنويًا من أسرتي وأصدقائي في إدارة مشروعي.	0.590**	0.000
18	أواجه تحديات بسبب نظرة المجتمع المحدودة لريادة الأعمال النسائية.	0.782**	0.000
19	الضغوط الاجتماعية والأسرية تؤثر على قدرتي في التفرغ التام للمشروع.	0.795**	0.000
20	البيئة الثقافية تدفعني للاستمرار وتطوير مشروعي.	0.488**	0.000

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

المحور الثاني: قطاع التجميل

جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	قطاع التجميل في السعودية يشهد نموًا متزايدًا وطلبًا مرتفعًا.	0.694**	0.000
2	المنافسة في سوق التجميل تمثل تحديًا كبيرًا أمام المشاريع الناشئة.	0.709**	0.000
3	العملاء في هذا القطاع يفضلون المشاريع النسائية بسبب الخصوصية.	0.649**	0.000
4	اللوائح والأنظمة التنظيمية لهذا القطاع واضحة وسهلة الفهم.	0.725**	0.000
5	أجد أن الابتكار في منتجات وخدمات التجميل يمثل عامل نجاح حاسم.	0.652**	0.000
6	السوق السعودي مفتوح لعلامات تجارية جديدة في مجال التجميل.	0.750**	0.000
7	الحصول على تراخيص العمل في هذا القطاع سهل نسبيًا.	0.448**	0.000
8	التوسع الجغرافي في قطاع التجميل يعتمد على مدى كفاءة التسويق الرقمي.	0.649**	0.000
9	أواجه صعوبة في العثور على كفاءات مدربة في مجال التجميل.	0.630**	0.000
10	قطاع التجميل من أكثر القطاعات التي تناسب طموحات المرأة الريادية في المملكة.	0.673**	0.000

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور قطاع التجميل كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور قطاع التجميل تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

8.3 ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لعبارات محاور الاستبيان وكانت النتائج كما يلي:

جدول (4) معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان

المحاور	معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات
التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية	0.850	20
قطاع التجميل	0.898	10
إجمالي استمارة الاستبيان	0.929	30

يتبين أن قيمة معامل الثبات Alpha أكبر من 0.7 لجميع محاور استمارة الاستبيان مما يؤكد على

صلاحية وارتباط عبارات محاور استمارة الاستبيان وارتفاع مستوى ثبات أداة الدراسة مما يسمح

باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع: تحليل النتائج

1.4 مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل محاور الدراسة واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

2.4 خصائص عينة الدراسة

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا لخصائصها

الخاصية	الفئات	العدد	%
النوع الاجتماعي	ذكر	250	71.4
	أنثى	100	28.5
العمر	أقل من 25 سنة	60	17.1
	من 25 الى أقل من 35 سنة	100	28.5
	من 35 الى أقل من 45 سنة	100	28.5
	45 سنة فأكثر	90	25.7
المؤهل العلمي	ثانوي	90	25.7
	بكالوريوس	130	37.1
	ماجستير	100	28.5
	دكتوراه	30	8.5
الوضع المهني	مدير	150	42.8
	نائب مدير	120	34.2
	رئيس قسم	80	22.8

3.4 تحليل استمارة الاستبيان

المحور الأول: التحديات والفرص في زيادة الأعمال النسائية

1- التمويل

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التمويل

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
أجد صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتأسيس مشروع في قطاع التجميل.	4.253	0.683	4	مرتفع جدا
الجهات التمويلية لا تمنح الأولوية لزيادة الأعمال النسائية مقارنة بنظيرها الرجالي.	4.276	0.766	2	مرتفع جدا
الشروط البنكية تعيق حصولي على القروض المطلوبة لمشروعي.	4.198	0.773	5	مرتفع
التمويل الذاتي هو الخيار الوحيد المتاح لي بسبب ضعف الدعم المالي الخارجي.	4.372	0.564	1	مرتفع جدا
أرى أن هناك فرص تمويل متاحة لرواد الأعمال بشكل عام ولكن يصعب الوصول إليها كمراة.	4.273	0.775	3	مرتفع جدا
المتوسط	4.274	0.712		مرتفع

تم ترتيب عبارات التمويل من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (التمويل الذاتي هو الخيار الوحيد المتاح لي بسبب ضعف الدعم المالي الخارجي) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.372 وانحراف معياري 0.564 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا

بينما كانت العبارة (الشروط البنكية تعيق حصولي على القروض المطلوبة لمشروعي) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.198 وانحراف معياري 0.773 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات التمويل تبين أن أربع عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من التمويل كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.274 بانحراف معياري 0.712

2- المهارات الإدارية

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات المهارات

الإدارية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
أواجه تحديات في وضع الخطط الاستراتيجية لمشروعي.	4.359	0.709	2	مرتفع جدا
أحتاج إلى تطوير مهاراتي في إدارة الموارد البشرية داخل المشروع.	4.161	0.758	5	مرتفع
أجد صعوبة في اتخاذ قرارات مالية مدروسة تؤثر على نمو المشروع.	4.253	0.659	4	مرتفع جدا
إدارة الوقت والمهام اليومية تشكل ضغطاً على سير العمل.	4.396	0.634	1	مرتفع جدا
أمتلك المهارات الإدارية الكافية لإدارة مشروعي بفعالية.	4.315	0.615	3	مرتفع جدا
المتوسط	4.297	0.675		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات المهارات الإدارية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (إدارة الوقت والمهام اليومية تشكل ضغطاً على سير العمل) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.396 وانحراف معياري 0.634 وبدرجة موافقة مرتفعة جداً بينما كانت العبارة (أحتاج إلى تطوير مهاراتي في إدارة الموارد البشرية داخل المشروع) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.161 وانحراف معياري 0.758 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات المهارات الإدارية تبين أن أربع عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جداً وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جداً من المهارات الإدارية كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.675

3- الدعم المؤسسي

جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات الدعم

المؤسسي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
المؤسسات الحكومية تقدم برامج فعالة لدعم المشاريع النسائية.	4.375	0.564	3	مرتفع جداً
الدعم المقدم من الجهات الرسمية لا يلبي احتياجات المشاريع الصغيرة في قطاع التجميل.	4.453	0.539	1	مرتفع جداً
استفدت من المبادرات أو الحاضنات التي تعزز من فرص نجاح المشاريع النسائية.	4.391	0.633	2	مرتفع جداً
أرى أن هناك غياباً للتوجيه والإرشاد المهني في مراحل المشروع الأولى.	4.266	0.731	4	مرتفع جداً

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
أجد صعوبة في فهم الإجراءات النظامية المطلوبة لتأسيس المشروع.	4.216	0.773	5	مرتفع جدا
المتوسط	4.340	0.648		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات الدعم المؤسسي من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (الدعم المقدم من الجهات الرسمية لا يلبي احتياجات المشاريع الصغيرة في قطاع التجميل) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.453 وانحراف معياري 0.539 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (أجد صعوبة في فهم الإجراءات النظامية المطلوبة لتأسيس المشروع) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.216 وانحراف معياري 0.773 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات الدعم المؤسسي تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من الدعم المؤسسي كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.340 بانحراف معياري 0.648

4- البيئة الاجتماعية

جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات البيئة

الاجتماعية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
المجتمع يشجع المرأة على خوض تجربة ريادة الأعمال في قطاع التجميل.	4.359	0.709	2	مرتفع جدا
ألتقى دعمًا معنويًا من أسرتي وأصدقائي في إدارة مشروعي.	4.161	0.758	5	مرتفع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
أواجه تحديات بسبب نظرة المجتمع المحدودة لريادة الأعمال النسائية.	4.253	0.659	4	مرتفع جدا
الضغوط الاجتماعية والأسرية تؤثر على قدرتي في التفرغ التام للمشروع.	4.396	0.634	1	مرتفع جدا
البيئة الثقافية تدفعني للاستمرار وتطوير مشروعي.	4.315	0.615	3	مرتفع جدا
المتوسط	4.297	0.675		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات البيئة الاجتماعية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (الضغوط الاجتماعية والأسرية تؤثر على قدرتي في التفرغ التام للمشروع) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.396 وانحراف معياري 0.634 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (ألقى دعماً معنوياً من أسرتي وأصدقائي في إدارة مشروعي) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.161 وانحراف معياري 0.758 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات البيئة الاجتماعية تبين أن أربع عبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا وعبارة واحدة في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من البيئة الاجتماعية كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.675

➤ المحور الثاني: قطاع التجميل

جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات قطاع

التجميل

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
قطاع التجميل في السعودية يشهد نموًا متزايدًا وطلبًا مرتفعًا.	4.169	0.953	3	مرتفع
المنافسة في سوق التجميل تمثل تحديًا كبيرًا أمام المشاريع الناشئة.	4.076	0.796	7	مرتفع
العملاء في هذا القطاع يفضلون المشاريع النسائية بسبب الخصوصية.	4.091	0.855	5	مرتفع
اللوائح والأنظمة التنظيمية لهذا القطاع واضحة وسهلة الفهم.	4.154	0.678	4	مرتفع
أجد أن الابتكار في منتجات وخدمات التجميل يمثل عامل نجاح حاسم.	4.010	0.754	8	مرتفع
السوق السعودي مفتوح لعلامات تجارية جديدة في مجال التجميل.	3.982	0.780	9	مرتفع
الحصول على تراخيص العمل في هذا القطاع سهل نسبيًا.	4.078	0.764	6	مرتفع
التوسع الجغرافي في قطاع التجميل يعتمد على مدى كفاءة التسويق الرقمي.	3.917	0.907	10	مرتفع
أواجه صعوبة في العثور على كفاءات مدربة في مجال التجميل.	4.221	0.667	2	مرتفع جدا
قطاع التجميل من أكثر القطاعات التي تناسب طموحات المرأة الريادية في المملكة.	4.250	0.596	1	مرتفع جدا
المتوسط	4.095	0.775		مرتفع

تم ترتيب عبارات قطاع التجميل من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن عبارة (قطاع التجميل من أكثر القطاعات التي تناسب طموحات المرأة الريادية في المملكة) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.250 وانحراف معياري 0.596 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (التوسع الجغرافي في قطاع التجميل يعتمد على مدى كفاءة التسويق الرقمي) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 3.917 وانحراف معياري 0.907 وبدرجة موافقة مرتفعة وعند دراسة عبارات قطاع التجميل تبين أن عبارتين في مستوى الموافقة المرتفع جدا وثمانية عبارات في مستوى الموافقة المرتفع مما يوضح ارتفاع مستوى قطاع التجميل في المنشآت الصحية التابعة لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية المحدودة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.095 وانحراف معياري 0.775.

4.4 اختبار فروض الدراسة

✓ الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) للتحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض .

جدول (11) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر التحديات والفرص في دراسة ميدانية على

رائدات الأعمال في مدينة الرياض

P-VALUE	R	R ²	F	T	B
0.000	0.769	0.592	**553.350	**23.523	0.992

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ببرنامج SPSS 23

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

يتبين من الجدول (11) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل

من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح أن المتغير المستقل (التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية) يفسر 76.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وأن باقي التغيرات ترجع لمتغيرات أخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بمقدار 1 % ازداد مستوى التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.446% مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

✓ الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ التمويل دراسة

ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض

جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر التمويل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال

في مدينة الرياض

P-VALUE	R	R ²	F	T	B
0.000	0.746	0.557	**480.129	**21.912	0.361

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ببرنامج SPSS 23

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

يتبين من الجدول (12) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى التمويل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين التمويل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح أن المتغير المستقل (التمويل) يفسر 55.7 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع

التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى التمويل بمقدار 1 % ازداد مستوى للتخطيط الاستراتيجي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.361% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الاولى للدراسة.

✓ **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض

جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض

P-VALUE	R	R ²	F	T	B
0.000	0.694	0.481	**354.427	**18.826	0.337

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي برنامج SPSS 23

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

يتبين من الجدول (13) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوي معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (المهارات الإدارية) يفسر 48.1 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى المهارات الإدارية بمقدار 1 % ازدادت قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.337 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة.

✓ **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض

جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات

الأعمال في مدينة الرياض

P-VALUE	R	R ²	F	T	B
0.000	0.650	0.422	**279.317	**16.713	0.294

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ببرنامج SPSS 23

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

يتبين من الجدول (14) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (الدعم المؤسسي) يفسر 42.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى الدعم المؤسسي بمقدار 1 % ازداد مستوى قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.294 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة.

✓ الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ البيئة الاجتماعية

دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض

جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي لأثر البيئة الاجتماعية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال

في مدينة الرياض

P-VALUE	R	R ²	F	T	B
0.000	0.694	0.481	**354.427	**18.826	0.337

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ببرنامج SPSS 23

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

يتبين من الجدول (15) وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى البيئة الاجتماعية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى 0.05 حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين البيئة الاجتماعية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (البيئة الاجتماعية) يفسر 48.1 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى البيئة الاجتماعية بمقدار 1 % ازداد مستوى قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.337% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والمقترحات

1.5 مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بمحاور الدراسة والتي تم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان المتمثلة في استمارة الاستبيان واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وكذلك يتناول الفصل مجموعة من التوصيات التي توصي بها الدراسة ومجموعة من المقترحات لدراسات وابحث يمكن اجراؤها في المستقبل

2.5 نتائج الدراسة

- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من التمويل كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.274 بانحراف معياري 0.712
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من المهارات الإدارية كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.675
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من الدعم المؤسسي كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.340 بانحراف معياري 0.648
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من البيئة الاجتماعية كأحد ابعاد التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.297 بانحراف معياري 0.675
- ✓ ارتفاع مستوى قطاع التجميل في المنشآت الصحية التابعة لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية المحدودة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.095 بانحراف معياري 0.775.
- ✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية) يفسر 76.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع

(قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بمقدار 1 % ازداد مستوى التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بأبعادها (التمويل، المهارات الإدارية، الدعم المؤسسي، البيئة الاجتماعية) دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.446% مما يبين عدم صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين التمويل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوي معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (التمويل) يفسر 55.7 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى التمويل بمقدار 1 % ازداد مستوى للتخطيط الاستراتيجي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.361% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الاولى للدراسة.

✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين المهارات الإدارية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوي معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (المهارات الإدارية) يفسر 48.1 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى المهارات الإدارية بمقدار 1 % ازدادت قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.337% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة.

✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين الدعم المؤسسي دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوي معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (الدعم المؤسسي) يفسر 42.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخرى لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى الدعم المؤسسي بمقدار 1 % ازداد مستوى قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.294% مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة.

✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين البيئة الاجتماعية دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض عند مستوى معنوية 0.05 واتضح ان المتغير المستقل (البيئة الاجتماعية) يفسر 48.1 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (قطاع التجميل) وان باقي التغيرات ترجع لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج وتبين أن كلما ازداد مستوى البيئة الاجتماعية بمقدار 1 % ازداد مستوى قطاع التجميل دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض بمقدار 0.337 % مما يبين عدم صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة.

3.5 التوصيات

- ✓ تعزيز البرامج التمويلية المخصصة لريادة الأعمال النسائية في قطاع التجميل، من خلال مبادرات بنكية مدعومة أو صناديق تمويل مرنة بشروط ميسرة.
- ✓ تكثيف التدريب الإداري والمالي لرائدات الأعمال، مع التركيز على المهارات في إدارة الموارد، التسويق، والتخطيط الاستراتيجي.
- ✓ تطوير منصات دعم حكومية ورقمية توفر المعلومات والإرشاد حول الإجراءات القانونية، الفرص الاستثمارية، وأفضل الممارسات في السوق.
- ✓ تحسين البيئة التنظيمية عبر تسهيل إجراءات التراخيص والتسجيل في القطاع التجميلي بما يتناسب مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ إطلاق حملات توعوية مجتمعية تهدف لتغيير الصورة النمطية عن دور المرأة في الأعمال التجارية، وتعزيز ثقافة دعم المشاريع النسائية.
- ✓ ربط رائدات الأعمال بسلاسل الإمداد المحلية والعالمية لتوسيع قاعدة الموردين وتحسين التنافسية.
- ✓ تشجيع الابتكار المحلي في مستحضرات التجميل من خلال دعم البحث والتطوير وتعزيز حماية الملكية الفكرية.
- ✓ إنشاء حاضنات ومسرعات أعمال متخصصة في قطاع التجميل موجهة للنساء وتقدم دعمًا فنيًا وتسويقيًا وتشغيليًا.

- ✓ دمج القطاع الخاص في دعم الريادة النسائية من خلال شراكات بين الشركات الكبرى والمشاريع الناشئة التي تقودها سيدات.
- ✓ وضع مؤشرات أداء خاصة بريادة الأعمال النسائية تساعد في قياس أثر المبادرات الوطنية وتوجيه السياسات وفق بيانات دقيقة.

4.5 المقترحات

- إجراء دراسات مقارنة بين رائدات الأعمال في المناطق الحضرية والريفية لرصد الفروقات والتحديات النوعية.
- اقتراح تصميم منصة إلكترونية وطنية تضم جميع الخدمات والموارد المتعلقة بريادة الأعمال النسائية.
- دراسة العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على استدامة المشاريع النسائية في قطاع التجميل، مثل الضغط الأسري أو التوازن بين العمل والحياة.
- اقتراح مناهج تعليمية في الجامعات والكليات التقنية لتأهيل الطالبات لريادة الأعمال في مجالات التجميل والموضة.
- تصميم برامج توجيه (Mentorship) تربط بين رائدات الأعمال ذوات الخبرة والمبتدئات لتبادل المعرفة وبناء علاقات مستدامة.
- إطلاق مبادرات تمويل جماعي (Crowdfunding) تستهدف دعم المشاريع النسائية المبتكرة في التجميل.
- تحليل أثر التحول الرقمي على نجاح المشاريع النسائية في هذا القطاع، وطرح استراتيجيات للاستفادة من التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية.
- اقتراح سياسات تشجيع التصدير للمنتجات المحلية التي تنتجها رائدات الأعمال، بما يدعم دخولهن الأسواق الإقليمية والدولية.
- بحث سبل تحسين بيئة العمل للمرأة داخل منشآت التجميل، من حيث المرونة، الأمان الوظيفي، وتوفير بيئة مشجعة للإبداع.

- توصية بإنشاء شبكة وطنية لرائدات الأعمال في قطاع التجميل لتشجيع التعاون وتبادل الموارد والخبرات.

Abstract

The study aims to analyze the challenges and opportunities in women's entrepreneurship across its combined dimensions—namely, (financing, managerial skills, institutional support, and the social environment)—within the beauty sector in the Kingdom of Saudi Arabia: a field study on female entrepreneurs in Riyadh. Data were collected through a questionnaire prepared specifically for this study and distributed to a random sample of employees working in credit and digital departments within commercial banks in Riyadh. A total of 380 valid questionnaires were obtained for statistical analysis.

The results revealed a strong and statistically significant positive correlation between the challenges and opportunities in women's entrepreneurship—represented by the dimensions of financing, managerial skills, institutional support, and the social environment—and the experiences of female entrepreneurs in Riyadh, at a significance level of 0.05.

The study recommends the need to enhance financing programs dedicated to women's entrepreneurship in the beauty sector through bank-supported initiatives or flexible funding schemes with lenient terms. It also emphasizes intensifying managerial and financial training for female entrepreneurs, focusing on resource management, marketing, and strategic planning skills.

Keywords: Challenges and Opportunities – Women's Entrepreneurship – Beauty Sector

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- بسود، مبارك، و عزيزى، أحمد عكاشة. (2023). ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: قراءة من التقارير والمؤشرات العالمية. مجلة الميادين الاقتصادية، مج6، ع1، 357 - 376.
- ذهبي، فاطمة الزهراء. (2021). المعرفة والشبكات كآلية لدعم ريادة الأعمال: قراءة في تجارب منطقة MENA والاقتصاديات الناشئة. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، مج8، ع2، 453 - 471.
- شيبوط، 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.
- طلحي، فاطمة الزهراء، و بوغالم، زينب. (2022). حاضنات الأعمال كآلية لدعم وتعزيز ريادة المقاولات النسوية: تجارب عربية ناجحة. مجلة أبحاث، مج7، ع2، 329 - 339.
- علويط، أميرة، و بولويز، عبدالوافي. (2020). ريادة الأعمال النسوية كمدخل لتحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر: حالة الجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مج4، ع2، 1 - 16.
- 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.
- الكتبي، ربيعة سعيد علي، و يعيش، وسيلة. (2023). ريادة الأعمال النسائية بين الواقع والمأمول: دراسة وصفية تحليلية. مجلة الآداب، ع145، 365 - 406.
- الكتبي، ربيعة سعيد علي، و يعيش، وسيلة. (2024). ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات، المحفزات، والتحديات. مجلة الآداب، ع148، 427 - 480.
- لعور، عبدالعالي، عزيزان، فاطمة الزهراء، و بوبعة، عبد الوهاب. (2024). مساهمة أجهزة الدعم والمرافقة في تطوير المقاولاتية النسوية في قطاع الصناعة التقليدية والحرف بولاية تيبازة. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، مج27، ع2، 347 - 362.

- الهلالي، أحمد نبيل، بن عبدان، آمنة، و عياد، ليلى. (2022). تحديات ريادة الأعمال النسوية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، مج8، ع3، 225 - 242.

ثانياً: المراجع الإنكليزية

- Aburrub, A. (2021). Women Entrepreneurship in Palestine and Algeria: A Comparative Study. Journal of Strategy and Development, Vol. 11, No. 2, 545-560.
- Afia, K., Jou, S., and Datoussaid, A. (2024). The Emergence of Pharmaceutical Entrepreneurship in Algeria: A case Study of a Cosmetics Company. Al-Baheth Journal, Vol. 24, No. 1, 63-71.
- Akachat, L., and Hafidi, L. (2024). The Sociology of Entrepreneurship: The Historical Positioning of the Entrepreneur and His Role in the Demise of Capitalism. Studies Journal, Vol. 13, No. 2, 175-194.
- 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.
- Al-Hamad, Fawaz Ali Farhan. (2020). Trends in Tourism Entrepreneurship Research: A Systematic Review. Jordanian Journal of Business Administration, Vol. 16, Supplement, 307-330.
- Al-Sarhan, A. M., and Halouani, N. (2024). The Impact of Strategic Capabilities on Entrepreneurship: A Study in Jordanian Telecom Companies. Tabnah Journal of Academic Scientific Studies, Vol. 7, No. 1, 1415-1428.
- 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.
- Amnache-Chikh, S., and Mekhzoumi, L. (2022). Entrepreneurship and Economic Growth Nexus: Econometric Evidence from BRICS Countries. Journal of Economic Development, Vol. 7, No. 2, 293-305.
 - Beladjine, K. (2024). The Role of Entrepreneurship in Achieving Economic Development: Canada as a Model. Journal of Creativity, Vol. 14, No. 2, 108-121.
 - Benghalem, A., and Maliki, S. B. E. (2021). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth: Empirical Evidence from Selected African Countries. Journal of Business Science, Vol. 20, Special Issue, 7-24.
 - Benzidane, Y., and Boudraf, D. (2021). Woman Entrepreneurship: Economic Perspectives and Challenges: Case of ANGEM of Mostagnem - Algeria. Journal of Strategy and Development, Vol. 11, No. 1, 607-628.
 - Boubakeur, S., Elaid, T., and Toufik, Z. (2024). Women Entrepreneurship: Bibliometrics Analysis in Algerian ASJP Database. Journal of Horizons for Science, Vol. 9, No. 2, 50-67.
 - Boumzbar, Linda, and Adoun, Nasser Dadi. (2024). The Competency Approach in Entrepreneurship: Conceptual Framework. Journal of Economic Studies, Vol. 11, No. 1, 363-381.
 - Chorfi, S., and Hamouti, S. (2023). Bridging the Gap from Education to Entrepreneurship: How University Can Empower Future Business Leaders. Journal of Administrative and Financial Sciences, Vol. 7, No. 2, 184-201.
 - Derdar, H., and Moulai, A. (2022). Social Media and Entrepreneurship, which Relationship?: An Empirical Study among Students of El Bayadh University Centre. Journal of North African Economics, Vol. 18, No. 29, 103-114.

- Doukhi, R., and Zouaoui, L. (2023). Women's Entrepreneurship and Microcredit: Rural Women Matters Evidence from the Wilaya of Sidi Bel Abbes, Algeria. *Al-Muntada Journal for Economic Studies and Research*, Vol. 7, No. 2, 503-513.
- El-Khouly, S. M., Yehia, E. A., and Swidan, S. N. (2021). The Impact of Gender Difference on Entrepreneurship Effectiveness: An Empirical Study on Small and Medium Enterprises in Egypt. *Scientific Journal of Financial and Administrative Studies and Research*, Vol. 10, No. 1, 1-32.
- Fateh, Z., and Guerini, F. (2024). The Entrepreneurship and Innovation: Case of SME in the Wilaya of Bejaia. *Journal of Knowledge Groups*, Vol. 10, No. 1, 60-68.
- Gameel, M. G. A. A. (2024). Entrepreneurship as an Approach to Food Security in Algeria: Challenges and Solutions: A Descriptive Analytical Study. *Journal of Contemporary Business and Economic Studies*, Vol. 7, No. 1, 15-26.
- Ghiat, 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.
- Ghiat, 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.
- Imene, Z. K. (2021). Creative Techniques to Develop the Entrepreneurship's Skills and Performance: Case of Abu Tlemcen's Entrepreneurship House. *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol. 4, No. 3, 88-99.
- Mekhzoumi, L., Harnane, N., and Othman, A. A. (2022). Entrepreneurship, Innovation and Sustainability: Testing Environmental Kuznets Curve Hypothesis in Developed Countries. *Journal of Economics and Environment*, Vol. 5, No. 1, 467-490.

- Mesbahi, F. Z., and Benmostefa, R. (2024). Digital Entrepreneurship Strategies and Aspirations: A SOAR Study of Growth Levers in the Digital Age. *Al-Manhal Al-Iqtisadi Journal*, Vol. 7, No. 2, 1441-1458.
- Messani, Y., and Boubakeur, B. (2024). Female Entrepreneurship Reality and Prospects: Case Study at Patisserie la Rosa Tébéssa. *Al-Resalah Journal for Human Studies and Research*, Vol. 9, No. 3, 214-231.
- Ouotmane, A. (2024). Systemic Entrepreneurship in the Digital Age: Analysis, Perspectives, and Implications. *Sociologists: The Arab Journal of Contemporary Sociological Studies*, Vol. 5, No. 1, 126-154.
- Radwan, L., and Daoud, Y. (2021). Entrepreneurship-Growth Nexus: Does the Size of the Informal Economy Matter? (Unpublished Master's Thesis) Birzeit University, Birzeit.
- Seddiki, S. (2024). Financial Literacy and Entrepreneurship Development: A Case of Student Entrepreneurship in Algeria. *Journal of Algerian Enterprise Performance*, Vol. 13, No. 1, 177-188.
- Sulaiman, H. (2021). Entrepreneurship Media: Brand Journalism and Verticals: Practice-Analysis of Six Regional Arab Outlets. *Arab Journal of Media and Communication Research*, Vol. 33, 62-108.
- Toual, A., Kheiri, N., and Toumi, B. (2022). The Reality of Women's Entrepreneurship Practices: An Exploratory Study: The Case of Algeria. *Journal of Humanities*, Vol. 9, No. 3, 35-50.

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس تحليل التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية بقطاع التجميل في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على رائدات الأعمال في مدينة الرياض ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى

2- العمر ☐ 25 سنة فأقل ☐ من 25 – 35 سنة
☐ 35 – 45 سنة ☐ من 45 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي ☐ ثانوي ☐ بكالوريوس
☐ ماجستير ☐ دكتورة

الوضع المهني ☐ مدير ☐ نائب مدير
☐ رئيس قسم

ثانيا محاور الاستبيان

✿ المحور الأول: التحديات والفرص في ريادة الأعمال النسائية، ضع إشارة (✓) في المربع

المناسب لاختيارك:

البعد	أو افق بشدة	أو افق	محايد	معارض	معارض بشدة
التمويل					
أجد صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتأسيس مشروع في قطاع التجميل.					
الجهات التمويلية لا تمنح الأولوية لريادة الأعمال النسائية مقارنة بنظيرها الرجالي.					
الشروط البنكية تعيق حصولي على القروض المطلوبة لمشروعي.					
التمويل الذاتي هو الخيار الوحيد المتاح لي بسبب ضعف الدعم المالي الخارجي.					
أرى أن هناك فرص تمويل متاحة لرواد الأعمال بشكل عام ولكن يصعب الوصول إليها كمرأة.					
المهارات الإدارية					
أواجه تحديات في وضع الخطط الاستراتيجية لمشروعي.					
أحتاج إلى تطوير مهاراتي في إدارة الموارد البشرية داخل المشروع.					

البعد	أو افق بشدة	أو افق	محايد	معارض بشدة	معارض بشدة
أجد صعوبة في اتخاذ قرارات مالية مدروسة تؤثر على نمو المشروع.					
إدارة الوقت والمهام اليومية تشكل ضغطاً على سير العمل.					
أمتلك المهارات الإدارية الكافية لإدارة مشروع بفعالية.					
الدعم المؤسسي					
المؤسسات الحكومية تقدم برامج فعالة لدعم المشاريع النسائية.					
الدعم المقدم من الجهات الرسمية لا يلبي احتياجات المشاريع الصغيرة في قطاع التجميل.					
استفدت من المبادرات أو الحاضنات التي تعزز من فرص نجاح المشاريع النسائية.					
أرى أن هناك غياباً للتوجيه والإرشاد المهني في مراحل المشروع الأولى.					
أجد صعوبة في فهم الإجراءات النظامية المطلوبة لتأسيس المشروع.					
البيئة الاجتماعية					
المجتمع يشجع المرأة على خوض تجربة ريادة الأعمال في قطاع التجميل.					

البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أتلقي دعمًا معنويًا من أسرتي وأصدقائي في إدارة مشروعي.					
أواجه تحديات بسبب نظرة المجتمع المحدودة لريادة الأعمال النسائية.					
الضغوط الاجتماعية والأسرية تؤثر على قدرتي في التفرغ التام للمشروع.					
البيئة الثقافية تدفعني للاستمرار وتطوير مشروعي.					

✿ المحور الثاني: قطاع التجميل ، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
قطاع التجميل في السعودية يشهد نموًا متزايدًا وطلبًا مرتفعًا.					
المنافسة في سوق التجميل تمثل تحديًا كبيرًا أمام المشاريع الناشئة.					
العملاء في هذا القطاع يفضلون المشاريع النسائية بسبب الخصوصية.					
اللوائح والأنظمة التنظيمية لهذا القطاع واضحة وسهلة الفهم.					
أجد أن الابتكار في منتجات وخدمات التجميل يمثل عامل نجاح حاسم.					
السوق السعودي مفتوح لعلامات تجارية جديدة في مجال التجميل.					
الحصول على تراخيص العمل في هذا القطاع سهل نسبيًا.					
التوسع الجغرافي في قطاع التجميل يعتمد على مدى كفاءة التسويق الرقمي.					
أواجه صعوبة في العثور على كفاءات مدربة في مجال التجميل.					

المعارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					قطاع التجميل من أكثر القطاعات التي تناسب طموحات المرأة الريادية في المملكة.

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Entrepreneurship

Master's in 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