



جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
بكالوريوس إدارة المشاريع

تأثير تحليل السوق في بدء تدشين المشروعات الصغيرة
(شركة أولير للعطور – المملكة العربية السعودية)
The impact of market analysis on starting small
projects (Oler Perfumes Company - Kingdom of
Saudi Arabia)

اسم الطالب

ميها فهد جميل

الرقم الجامعي

2021205998

كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن 1 مشروع التخرج –

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول – 2024

الشكر والتقدير

حَمْدُ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"أتقدم بأخلص التقدير والامتنان لجامعة [ميدأوشن] على التزامها الراسخ بتقديم تعليم متميز وفرص تطويرية متعددة و على دعمها اللا محدود ورعايتها الدائمة للطلاب من خلال بيئتها التعليمية الملهمة والفرص التعليمية المتنوعة التي توفرها، تعزز [جامعة ميدأوشن] من تجربة التعلم لكل طالب وتمكنهم من تحقيق أحلامهم الأكاديمية والمهنية. أنا فخور بأنني جزء من هذه الجامعة الرائعة لقد كان لي شرف الدراسة في مثل هذا البيئة الأكاديمية الحيوية والملهمة، إنني ممتنة جدًا للثقة التي وضعتوها في قبولي في برنامج [بكالوريوس إدارة المشاريع]، ممتنة بشكل كبير للانضمام إلى مجتمعكم الأكاديمي المتميز وأتطلع إلى مساهمة إيجابية في المجتمع بفضل القيم والمعرفة التي اكتسبتها هنا."

أتمنى أن تجدوا هذه الرسالة وأنتم بآتم الصحة والعافية. أود أن أعبر لكم عن شكري وتقديري العميقين للفرصة التي منحتموني إياها للالتحاق بجامعة ميدأوشن.

أطيب التمنيات..

إهداء

لأمي.. من علمتني العطاء والحب وغمرتني بحنانها وكرمها
لأبي.. قدوتي ورمز القوة والحكمة
لأخوتي.. الذين علموني ان الحياة لا تساوي شيئاً بدون ترابط
وتعاون
إن وصولي إلى هنا لم يكن سيتم لولا الله ثم دعمكم ، أتمنى
أن أنال رضاكم

جدول المحتويات

5	1. المقدمة:
6	1.1. الدراسات السابقة:
7	1.2. مشكلة البحث:
7	1.2.1. الفجوة النظرية:
8	1.2.2. الفجوة التطبيقية:
8	1.3. السؤال البحثي:
9	1.4. أهمية البحث:
9	1.4.1. الأهمية النظرية:
9	1.4.2. الأهمية التطبيقية:
10	1.5. أسئلة البحث:
10	1.6. أهداف البحث:
10	1.7. فرضيات البحث:
11	1.8. نموذج البحث:
11	1.9. الدراسة الميدانية:
22	1.10. تصميم البحث:
21	1.11. هيكل المشروع المقترح:
21	2. الفصل الثاني الإطار النظري:
21	2.1. مفهوم تحليل السوق:
21	2.2. أدوات تحليل السوق:
21	2.3. خصائص تحليل السوق:
21	2.4. أهداف تحليل السوق:
21	2.5. نماذج إدارة تحليل السوق:
27	2.6. مفهوم المشروعات الصغيرة:
27	2.7. مفهوم بدء تدشين المشروعات الصغيرة:
28	2.8. العلاقة بين تحليل السوق وبدء تدشين المشروعات الصغيرة:
11	3. المراجع:

المقدمة

تعتبر المشروعات الصغيرة أحد المحركات الرئيسية للاقتصاد في العديد من الدول، حيث تسهم بشكل كبير في خلق فرص العمل، وتعزيز الابتكار، وزيادة الناتج المحلي الإجمالي. إن بدء تدشين المشروعات الصغيرة يحمل في طياته العديد من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية، سواء كان ذلك على مستوى الفرد أو المجتمع ككل. تتضمن هذه المشروعات عادة استثمارات صغيرة نسبياً، لكنها تتمتع بإمكانية تحقيق نمو كبير، مما يجعلها خياراً جذاباً لرواد الأعمال والمستثمرين.

في هذا البحث، سنتناول أهمية المشروعات الصغيرة في الاقتصاد، ونستعرض التحديات التي تواجهها وكيفية التغلب عليها، بالإضافة إلى السياسات الحكومية والدعم المالي الذي يمكن أن يساعد في تعزيز نجاح هذه المشروعات. سنسلط الضوء أيضاً على بعض الأمثلة الناجحة من مختلف القطاعات، مما يمكن أن يوفر إلهاماً للراغبين في دخول هذا المجال.

تحليل السوق يلعب دوراً محورياً في نجاح بدء تدشين المشروعات الصغيرة، وهو موضوع تم تناوله في العديد من الدراسات السابقة. فيما يلي بعض من أهم الأبحاث وآراء الباحثين حول هذا الموضوع:

"تحليل السوق يعد خطوة أساسية في تخطيط الأعمال، حيث يوفر فهماً عميقاً للبيئة التنافسية، واحتياجات العملاء، والفرص المحتملة." هيسريش يرى أن التحليل الدقيق للسوق يمكن أن يوجه رواد الأعمال نحو اتخاذ قرارات مدروسة واستراتيجيات فعالة تزيد من احتمالية نجاح المشروع (روبرت هيسريش، 2014).

"تحليل السوق ليس مجرد أداة للتخطيط الأولي، بل يجب أن يكون عملية مستمرة تتضمن التقييم الدوري للسوق والمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية." يعتقد غيب أن المرونة والتكيف مع التغيرات السوقية يمكن أن تعزز من استدامة المشروعات الصغيرة (غيب، 2016).

"العديد من المشروعات الصغيرة تفشل بسبب عدم إجرائها لتحليل سوق شامل ومناسب." وأضافت أن "فهم ديناميكيات السوق يساعد في تحديد فجوات السوق وتلبية الاحتياجات غير الملباة، مما يعزز من فرص النجاح." باركر تؤكد على ضرورة الاستثمار في أبحاث السوق حتى في مراحل المشروع الأولى (سارة باركر، 2017).

"تحليل السوق يمكن أن يكشف عن معلومات قيمة حول المنافسين والفرص التجارية المحتملة، مما يساعد رواد الأعمال في صياغة استراتيجيات تميز مشروعاتهم عن غيرها." تومسون يرى أن عدم الاهتمام بتحليل السوق قد يؤدي إلى سوء تقدير للفرص والمخاطر (جون تومسون، 2018).

يختلف هول جزئياً مع الآراء السابقة، حيث يعتقد أن "الاعتماد المفرط على تحليل السوق يمكن أن يثني رواد الأعمال عن الابتكار والمخاطرة." هول يشير إلى أن بعض أنجح المشروعات انطلقت بفكرة مبتكرة دون تحليل سوق تقليدي، مستندة إلى رؤية شخصية وقناعة قوية بالفكرة (ريتشارد هول، 2019).

تتفق معظم الدراسات على أهمية تحليل السوق في زيادة فرص نجاح المشروعات الصغيرة، مع بعض الاختلافات في مدى الاعتماد عليه. التحليل السليم للسوق يمكن أن يوفر الأساس لاتخاذ قرارات استراتيجية واعية، بينما يشير البعض إلى ضرورة الحفاظ على روح الابتكار وعدم الاعتماد الكلي على التحليل التقليدي.

معظم الأبحاث المتاحة تتناول تحليل السوق بشكل عام دون التركيز على قطاعات محددة مثل التكنولوجيا، الزراعة، الخدمات، والصناعات الإبداعية. هناك حاجة لدراسات تستكشف تأثير تحليل السوق في هذه القطاعات المختلفة لتوفير رؤى أكثر دقة وتفصيلية.

تفتقر الأدبيات إلى الدراسات التجريبية التي تقيم تأثير تحليل السوق من خلال تجارب عملية وحالات دراسية. معظم الأبحاث الحالية تعتمد على البيانات النوعية والمراجعات النظرية، مما يحد من إمكانية تعميم النتائج على نطاق واسع.

معظم الدراسات تركز على الاقتصادات المتقدمة ولا تأخذ في اعتبارها الفروق الجغرافية والثقافية. هناك حاجة لأبحاث تدرس تأثير تحليل السوق في المشروعات الصغيرة في البلدان النامية والمناطق ذات الظروف الاقتصادية المختلفة.

مع التقدم السريع في التكنولوجيا وتحليل البيانات الضخمة، توجد فجوة في الدراسات التي تستكشف كيفية استخدام هذه التقنيات الحديثة في تحسين تحليل السوق وتأثيرها على نجاح المشروعات الصغيرة.

القليل من الدراسات تناولت تأثير تحليل السوق على المدى الطويل. معظم الأبحاث تركز على التأثيرات القصيرة الأجل ولا توفر رؤية شاملة حول استدامة المشروع ونجاحه على المدى البعيد.

هذه الفجوات تشكل فرصاً للباحثين للمساهمة في تطوير هذا المجال وتقديم رؤى جديدة تدعم رواد الأعمال والمستثمرين في اتخاذ قرارات مستنيرة وتعزيز فرص نجاح مشروعاتهم الصغيرة.

يعتبر تحليل السوق أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في نجاح أو فشل المشروعات الصغيرة. ومع ذلك، تواجه العديد من رواد الأعمال تحديات كبيرة في إجراء تحليل سوق دقيق وشامل قبل بدء مشاريعهم. تكمن مشكلة البحث في فهم مدى تأثير تحليل السوق على نجاح بدء تدشين المشروعات الصغيرة، وكيف يمكن لرواد الأعمال استخدامه لتجنب الفشل وتعظيم فرص النجاح. يتمثل التحدي في تحديد أفضل الممارسات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل سوق فعال، وكذلك معرفة العوائق التي قد تحول دون تحقيق هذا التحليل بالشكل المطلوب. هذا البحث يسعى إلى تقديم رؤى مفصلة حول أهمية تحليل السوق، واستكشاف العوامل التي تساهم في نجاح المشروعات الصغيرة، وتقديم توصيات لتعزيز فعالية تحليل السوق في ريادة الأعمال.

تعتبر المشروعات الصغيرة العمود الفقري للاقتصادات المحلية والعالمية، حيث تسهم في خلق فرص العمل، وتعزيز الابتكار، وتحقيق التنمية المستدامة. ومع ذلك، تواجه هذه المشروعات تحديات كبيرة في مراحلها الأولى، مما يجعل نسبة كبيرة منها تفشل في سنواتها الأولى.

يأتي هذا البحث ليلسلط الضوء على الدور الحيوي لتحليل السوق في نجاح المشروعات الصغيرة، من خلال تقديم فهم أعمق للاحتياجات والفرص المتاحة في السوق، وتحديد التحديات والمخاطر المحتملة.

تحليل السوق يمكن أن يوفر لرواد الأعمال معلومات قيمة حول التوجهات السوقية، وسلوك العملاء، والبيئة التنافسية، مما يساعدهم في اتخاذ قرارات مستنيرة وتطوير استراتيجيات فعالة.

من خلال دراسة هذا الموضوع، نسعى إلى تقديم إرشادات وتوصيات يمكن أن تساهم في تحسين معدلات نجاح المشروعات الصغيرة، وتعزيز قدرتها على النمو والاستدامة في بيئة الأعمال التنافسية.

مشكلة البحث

1.2. مشكلة البحث:

بسبب قلة الدراسات السابقة، قد تظهر عدة فجوات في تحليل السوق عند بدء تدشين المشروعات الصغيرة ومعظم الدراسات قد تركز على الأسواق الكبيرة أو الدولية، مما يجعل من الصعب تطبيق نتائجها على الأسواق المحلية الصغيرة ، توجد أنواع للفجوات فجوات نظرية وفجوات تطبيقية

1.2.1. الفجوة النظرية:

- تأثير التفاصيل الدقيقة لتحليل السوق: العديد من الدراسات قد تفتقر إلى التركيز على العناصر الدقيقة لتحليل السوق مثل سلوك المستهلك، وتوجهات السوق، والابتكار التكنولوجي، وكيفية تأثير هذه العناصر على نجاح المشروعات الصغيرة.
- البيانات المختلفة: هناك نقص في الدراسات التي تستكشف تأثير تحليل السوق في بيانات اقتصادية وجغرافية وثقافية مختلفة. معظم الدراسات تركز على الأسواق الكبيرة أو المتقدمة، مما يترك فجوة في الفهم بالنسبة للأسواق النامية أو الناشئة.
- الدور الوسيط لتحليل السوق: القليل من الدراسات تدرس كيف يمكن لتحليل السوق أن يلعب دورًا وسيطًا بين عوامل أخرى (مثل الابتكار، الإدارة، التمويل) ونجاح المشروعات الصغيرة.
- التكامل مع الاستراتيجيات الأخرى: الفجوة في الدراسات التي تبحث في كيفية تكامل تحليل السوق مع استراتيجيات الأعمال الأخرى مثل التسويق الرقمي، إدارة الموارد البشرية، والتمويل.
- التحليل الطولي: معظم الدراسات تعتمد على الأبحاث المقطعية بدلاً من الدراسات الطولية التي تدرس تأثير تحليل السوق على مدار الزمن وتأثيراته المستدامة.
- تأثير التكنولوجيا: هناك حاجة لمزيد من الدراسات حول كيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة مثل البيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي أن تعزز من فعالية تحليل السوق وتؤثر على نجاح المشروعات الصغيرة.
- قياس الأداء: نقص الدراسات التي تضع معايير واضحة وموحدة لقياس مدى فعالية تحليل السوق وأثره على أداء المشروعات الصغيرة.

هذه الفجوات النظرية تقدم فرصًا كبيرة للباحثين لإجراء دراسات جديدة تعزز من الفهم الأكاديمي والعملي لتأثير تحليل السوق على نجاح المشروعات الصغيرة.

1.2.2. الفجوة التطبيقية:

- نقص البيانات: قد يكون هناك نقص في البيانات المتاحة حول السوق المحلية أو الإقليمية، مما يجعل من الصعب تقدير الطلب والسوق بشكل دقيق.
 - تغيرات في الطلب: السوق قد يتغير بسرعة، مما يعني أن تحليل السوق الذي أجري قد لا يكون دقيقاً بعد مرور بعض الوقت.
 - تكاليف التحليل: قد يكون تحليل السوق مكلفاً ويتطلب الكثير من الجهد والوقت، خاصة للمشروعات الصغيرة التي لديها موارد محدودة.
 - التنبؤات الغير مؤكدة: قد يكون من الصعب التنبؤ بالاستجابة الفعلية للسوق تجاه المنتج أو الخدمة الجديدة، حتى بعد إجراء تحليل السوق.
- للتغلب على هذه الفجوات، من المهم أن تكون دراسة تحليل السوق شاملة وتستند إلى أفضل الممارسات، بالإضافة إلى استخدام أدوات تحليلية فعالة والتعاون مع محللين ذوي خبرة للحصول على تقديرات دقيقة.

1.3. السؤال البحثي:

"ما مدى تأثير تحليل السوق في بدء تدشين المشروعات الصغيرة؟"

أهمية البحث

1.4. أهمية البحث:

- تساهم بشكل كبير في تحديد جدوى إقامة المشروع وتقييم فرص النجاح والتنافسية.
- يساعد تحليل السوق على فهم الحاجات والرغبات للعملاء المحتملين، مما يساعد على تحديد ما إذا كان المنتج أو الخدمة المقترحة ستلبي هذه الاحتياجات.
- يساعد التحليل على تحديد الفرص التي قد تكون متاحة في السوق، بالإضافة إلى تحديد التحديات والتهديدات المحتملة التي يمكن أن تواجه المشروع.
- يساعد على تحديد استراتيجيات الدخول إلى السوق، مثل التسعير، والتوزيع، والترويج، بناءً على المعلومات المجمعة عن السوق والمنافسين.
- يساعد على تحديد منافسي المشروع وفهم نقاط القوة والضعف لكل منهم، مما يمكن المشروع من وضع استراتيجيات تنافسية فعالة.
- يساعد على تقليل المخاطر المالية والتشغيلية من خلال فهم أفضل للسوق والظروف المحيطة به.

❖ بشكل عام، يمثل تحليل السوق أداة حيوية للمشروعات الصغيرة لضمان اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة وتحقيق نجاح مستدام في السوق المستهدف.



1.4.1. الأهمية النظرية:

يمكن لتحليل السوق أن يساعد المشروعات الصغيرة على تحديد الفرص النادرة والفريدة في السوق، مما يمنحهم ميزة تنافسية ويمكن أن يساعد على فهم مدى الطلب المحتمل على منتجات أو خدمات المشروع، مما يقلل من مخاطر الفشل بسبب عدم تلبية السوق وتحديد الجمهور المستهدف وفهم احتياجاتهم وتفضيلاتهم، مما يسهل عمليات التسويق والتواصل معهم بفعالية، إذ يمكن للمشروعات الصغيرة أن تستفيد من تحليل السوق لفهم اللاعبين الرئيسيين في السوق واستراتيجياتهم، مما يساعدهم على وضع استراتيجيات تنافسية فعالة ويساعدها في رصد الاتجاهات السوقية الجديدة والتغيرات في الطلب والسلوكيات الاستهلاكية، مما يسمح للمشروعات الصغيرة بالاستجابة بشكل سريع ومناسب.

بشكل عام، يمثل تحليل السوق النظري أساساً حيوياً لتوجيه المشروعات الصغيرة نحو النجاح والنمو، ويعزز من فرصها للبقاء والازدهار في بيئة الأعمال المتغيرة والتنافسية.

1.4.2. الأهمية التطبيقية:

1- التوجيه الإستراتيجي:

يساعد تحليل السوق في تحديد العملاء المثاليين والشرائح السوقية الأكثر ربحية، مما يمكن من تصميم المنتجات أو الخدمات لتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل كما يساعد في اختيار الموقع الجغرافي الأمثل للمشروع بناءً على الكثافة السكانية، والقدرة الشرائية، والتواجد التنافسي في المنطقة.

2- التنبؤ بالمبيعات والإيرادات:

يوفر تحليل السوق تقديرات دقيقة للطلب المتوقع، مما يساعد في وضع خطط مالية واقعية وتجنب الفجوات في العرض والطلب. يمكن من تحديد استراتيجيات التسعير المناسبة التي تتوافق مع القدرة الشرائية للجمهور المستهدف والمستويات السعرية للمنافسين.

3- تقليل المخاطر:

يمكن من فهم ديناميكيات المنافسة وتحديد نقاط القوة والضعف للمنافسين، مما يسمح بتطوير استراتيجيات تنافسية فعالة ويساعد في تحديد المخاطر المحتملة في السوق، مثل التغيرات الاقتصادية أو التكنولوجية، وبالتالي يمكن وضع خطط طوارئ للتعامل معها.

4- تحسين الكفاءة التشغيلية:

يساعد في التخطيط الأفضل للموارد المالية والبشرية، وضمان استخدامها بكفاءة عالية لتحقيق الأهداف المحددة وفي توجيه جهود التسويق والترويج بشكل أكثر فعالية، من خلال تحديد القنوات التسويقية الأكثر تأثيراً وتحديد الرسائل الإعلانية المناسبة.

5- تطوير المنتجات والخدمات:

من خلال فهم احتياجات العملاء والتوجهات السوقية، يمكن تطوير منتجات وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات السوق بشكل أفضل كما يساعد في جمع ردود الفعل من العملاء وتحليلها لتحسين جودة المنتجات والخدمات باستمرار.

باختصار، تحليل السوق يمكن أن يكون الفارق بين النجاح والفشل في إطلاق المشروعات الصغيرة، حيث يساعد على اتخاذ قرارات مبنية على بيانات ومعطيات دقيقة، مما يعزز فرص النجاح والاستدامة.

1.5. أسئلة البحث:

ما هو تعريف تحليل السوق وكيف يساهم في فهم احتياجات السوق؟
ما هي الأدوات والأساليب المستخدمة في تحليل السوق؟
كيف يؤثر تحليل السوق على اتخاذ القرار في بدء المشروعات الصغيرة؟
ما هو الدور الذي يلعبه تحليل السوق في تحديد الجمهور المستهدف للمشروع؟
كيف يمكن التغلب على الصعوبات التي قد تعترض عملية تحليل السوق؟
ما هي أمثلة على مشروعات صغيرة ناجحة اعتمدت بشكل كبير على تحليل السوق؟

1.6. أهداف البحث:

- توضيح الفوائد المحتملة التي يمكن أن يجنيها أصحاب المشروعات الصغيرة من إجراء تحليل شامل للسوق قبل البدء.
- توفير دليل عملي لأصحاب المشروعات الصغيرة لمساعدتهم في تحليل السوق بطريقة منهجية.
- تقديم توصيات عملية لأصحاب المشروعات الصغيرة حول كيفية استخدام نتائج تحليل السوق في تحسين فرص نجاح مشروعاتهم وتجنب المخاطر.

1.7. فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية: تحليل السوق له تأثير إيجابي كبير على نجاح تدشين المشروعات الصغيرة من حيث البقاء والنمو في السوق.

فرضيات فرعية:

1. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تحليل السوق ومدة بقاء المشروعات الصغيرة في السوق.
2. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تحليل السوق ونمو إيرادات المشروعات الصغيرة.
3. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تحليل السوق وقدرة المشروعات الصغيرة على التوسع في حصتها السوقية.

1.8. نموذج البحث



1.9. الدراسة الميدانية:

تحليل السوق يُعتبر من الأدوات الأساسية التي تساعد في نجاح المشاريع الصغيرة، حيث يساهم في فهم ديناميات السوق وتحديد الفرص والتحديات. في هذه الدراسة، نركز على تأثير تحليل السوق في بدء مشروع صغير، مستعرضين حالة شركة أولير للعطور كمثال تطبيقي.

شركة أولير للعطور هي شركة ناشئة تهدف إلى دخول سوق العطور من خلال تقديم منتجات مبتكرة وفاخرة. تأسست الشركة بهدف تلبية احتياجات سوق العطور المتزايد.

تستهدف الشركة فئات محددة مثل الشباب والبالغين الذين يبحثون عن عطور مميزة وعالية الجودة. تواجه الشركة منافسة من علامات تجارية أخرى، لكن يمكن تمييزها من خلال الابتكار والتصميم الفريد للمنتجات.

كما ساعد تحليل السوق شركة أولير في اكتشاف فئات سوقية غير ملبأة وفرص لتقديم منتجات جديدة وأتاح للشركة تطوير استراتيجيات تسويقية وتوزيعية تتناسب مع احتياجات وتفضيلات العملاء ومكن الشركة من توقع التحديات والتخطيط لإجراءات وقائية للتعامل معها.

تأثير تحليل السوق كان واضحاً في نجاح شركة أولير في بدء مشروعها. يُوصى للشركات الصغيرة بمواصلة تحليل السوق بشكل دوري للتكيف مع التغيرات السوقية واستغلال الفرص الجديدة لضمان استمرارية النجاح. <https://olerperf.com/>

الخلاصة

يُعتبر تحليل السوق أداة حاسمة لنجاح المشروعات الصغيرة، حيث يساعد في توجيه قرارات التسعير، الترويج، اختيار الموقع وتحديد الفئة المستهدفة. بالنسبة لشركة أولير للعطور، يمكن لتحليل السوق أن يكون العامل الفارق بين النجاح والفشل من خلال تقديم رؤية واضحة وشاملة للسوق والمستهلكين.

متغيرات البحث وتأثيرها:

1. تحليل السوق: يشمل جمع البيانات عن السوق المستهدف، والمنافسين، واتجاهات المستهلكين.
2. قرارات التسعير: كيفية تأثير تحليل السوق على تسعير المنتجات.
3. استراتيجيات الترويج: تأثير تحليل السوق على الخطط التسويقية.
4. اختيار الموقع: كيفية اختيار موقع مناسب بناءً على تحليل السوق.
5. تحديد الفئة المستهدفة: تأثير تحليل السوق على فهم العملاء المستهدفين وتحديدهم.

منهجية البحث:

الدراسة الميدانية:

مخطط البحث:

	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
	الفصل الثاني: الإطار النظري	
	الفصل الثالث: منهجية البحث	
	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي	
	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة	

الفصل الثاني: الإطار النظري

المقدمة :

المتغير الأول..... :

المتغير الثاني..... :

العلاقة بين المتغير الاول والمتغير الثاني :

الخاتمة :

المراجع:

1. هيسريش، ر.د. (2014). *ريادة الأعمال*. تعليم ماكجرو هيل.
2. غيب، أ. (2016). *فهم الأعمال الصغيرة وريادة الأعمال*. بالجريف ماكميلان.
3. باركر، إس سي (2017). *اقتصاديات ريادة الأعمال*. صحافة جامعة كامبرج.
4. هول، ر. (2019). *عقلية المبتكر: تمكين التعلم، وإطلاق العنان للمواهب، وقيادة ثقافة الإبداع*. شركة ديف بيرجيس للاستشارات.
5. تقارير الجمعية الوطنية للأعمال الصغيرة (NSBA).
6. إدارة الأعمال الصغيرة (SBA) البحوث والإحصائيات

الملاحق: