

Final Project 1

Project Template

**Faculty of Management
Midocean University**

عنوان المشروع

إدارة السمعة الرقمية في بيئة المشاريع الحديثة

أسم الطالبة

نورة حسين

الدويش

مشروع النهائي 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب : 232001931

تاريخ البحث 13\2\2026:

الفصل الدراسي الأول

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	6
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	7
1.3. أهمية الدراسة	8
1.3.1. على المستوى النظري:	8
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	9
1.4. أسئلة الدراسة	10
1.5. أهداف الدراسة	11
1.6. فرضيات الدراسة	12
1.7. نموذج الدراسة	12
1.8. منهجية الدراسة	15
1.9. الدراسة الميدانية	15
1.10. مخطط المشروع المقترح	17

2.الفصل الثاني: الدراسات السابقة	19
2.1.المقدمة:	20
2.2.المتغير المستقل	20
2.3.المتغير التابع	21
2.4.العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	22
2.5.الخاتمة	23
قائمة المراجع	24

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولاً جذرياً في مفاهيم الإدارة، حيث انتقلت الأصول الجوهرية للمشاريع من الكيانات المادية الملموسة إلى الأصول المعنوية والرقمية. وفي قلب هذا التحول، تبرز "السمعة الرقمية" (Digital Reputation) كأحد أهم المحددات الاستراتيجية لنجاح أو فشل المشاريع في بيئة الأعمال المعقدة. لم يعد تقييم أداء المشروع يقتصر على الالتزام بالجدول الزمني والميزانية المرسودة فحسب، بل أصبح مرتبطاً بشكل وثيق بالصورة الذهنية التي يعكسها المشروع عبر المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي.

إن السمعة الرقمية في سياق إدارة المشاريع ليست مجرد انطباع عابر، بل هي نظام متكامل من البيانات والتفاعلات التي يشكلها أصحاب المصلحة (Stakeholders) بناءً على تجاربهم المباشرة أو المعلومات المتاحة رقمياً. وفي ظل التنافسية العالية، أصبح بناء "الثقة الرقمية" مطلباً أساسياً لجذب الاستثمارات، واستقطاب الكفاءات البشرية، وضمان قبول المجتمع للمشروع.

ومع ذلك، يواجه مديرو المشاريع تحدياً كبيراً يتمثل في سرعة انتشار المعلومات وقدرة أي تعليق سلبي أو أزمة رقمية على تقويض جهود سنوات من العمل في لحظات معدودة. ومن هنا، تأتي هذه الدراسة لتبسيط الضوء على آليات إدارة السمعة الرقمية، وكيف يمكن تحويلها من "مخاطر محتملة" إلى "ميزة تنافسية" تضمن استدامة المشروع وتطوره في العصر الرقمي.

وجه المقارنة	السمعة التقليدية (Traditional))	السمعة الرقمية (Digital))
سرعة الانتشار	محدودة (تناقل الآراء وجهاً لوجه)	لحظية وعالمية (Viral))
الاستمرارية	قد تُنسى مع مرور الوقت	مؤرشفة ودائمة في محركات البحث
التحكم	تحت سيطرة المنظمة بشكل كبير	يصعب التحكم الكامل بها (تفاعلية)
التأثير على المشروع	يؤثر على النطاق المحلي	يؤثر على التمويل وجذب الكفاءات دولياً
أدوات القياس	الاستبيانات والمقابلات	تحليل البيانات الضخمة (Big Data))

1.2. مشكلة الدراسة

على الرغم من الأهمية المتزايدة للتحويل الرقمي، إلا أن هناك ضبابية في كيفية دمج "السمعة الرقمية" كعنصر أساسي في هيكل إدارة المشاريع. تكمن المشكلة في أن العديد من المنظمات تتعامل مع السمعة الرقمية كنشاط "تسويقي" منفصل، وليس كـ "خطر إداري" أو "أصل استراتيجي" يؤثر على دورة حياة المشروع. ويؤدي هذا القصور إلى تعرض المشاريع لأزمات رقمية مفاجئة قد تؤدي إلى انسحاب المستثمرين أو فقدان ثقة العملاء، مما يضعف كفاءة الأداء العام للمشروع.

ويمكن بلورة المشكلة في التساؤل الرئيسي التالي:

"إلى أي مدى تؤثر إدارة السمعة الرقمية على استدامة ونجاح المشاريع، وما هي الفجوات التي تحول دون دمجها بفعالية في الممارسات الإدارية الحالية؟

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

القصور في الأدبيات: تركز معظم الدراسات السابقة على "إدارة السمعة" في إطار العلاقات العامة والتسويق، بينما يوجد نقص حاد في الدراسات التي تربطها بـ "علم إدارة المشاريع (Project Management Body of Knowledge)".

Management Body of Knowledge).

ندرة النماذج: يفتقر الفكر الإداري الحالي إلى نموذج نظري يوضح كيفية قياس أثر السمعة الرقمية على "المثلث الذهبي" للمشروع (الوقت، التكلفة، الجودة).

دور بحثك: سيعمل هذا البحث على تأصيل مفهوم "السمعة الرقمية" كمتغير تابع ومستقل ضمن العمليات الإدارية للمشروع.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

ضعف الأدوات: هناك غياب للأدوات والمنهجيات العملية التي تمكن مديري المشاريع من رصد السمعة الرقمية والتعامل مع أزماتها بشكل استباقي (Proactive) وليس كمجرد رد فعل.

انفصال الإدارات: تعاني المشاريع الكبرى من انفصال بين "قسم الإعلام الرقمي" و"إدارة المشروع"، مما يؤدي إلى تضارب في الرسائل الموجهة لأصحاب المصلحة.

دور بحثك: سيقدم البحث مقترحات عملية وتوصيات لدمج "مراقبة السمعة" ضمن سجل المخاطر (Risk Register) بالمشروع الخاص.

نوع الفجوة	الوضع الراهن	ما سيقدمه البحث (القيمة المضافة)
النظرية	التركيز على الجانب التسويقي فقط.	ربط السمعة بمعايير نجاح المشروع الأكاديمية.
التطبيقية	معالجة الأزمات الرقمية بعد وقوعها.	وضع إطار عمل استباقي لإدارة السمعة.
المكانية	ندرة الدراسات في بيئة المنطقة العربية.	تسليط الضوء على ممارسات السمعة الرقمية محلياً.

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول متغيراً حديثاً نسبياً في أدبيات إدارة المشاريع، وتبرز أهميتها في الجوانب التالية:

العلمية الأهمية 1: (Theoretical Significance)

- **سد الفجوة المعرفية:** تساهم الدراسة في إثراء المكتبة العربية ببحث أكاديمي يربط بين "إدارة السمعة الرقمية" كمتغير استراتيجي وبين "كفاءة أداء المشاريع".
- **تأصيل المفاهيم:** وضع إطار نظري يوضح التداخل بين التكنولوجيا الرقمية والعلوم الإدارية، مما يفتح آفاقاً لباحثين آخرين لدراسة السمعة الرقمية في قطاعات مختلفة.
- **تطوير النماذج:** تقديم نموذج فكري يوضح كيف تتحول "البيانات الرقمية" إلى "أصول معنوية" تزيد من القيمة السوقية للمشروع.

2. الأهمية العملية التطبيقية: (Significance Practical)

- **دعم مديري المشاريع:** توفير دليل استرشادي لمديري المشاريع حول كيفية مراقبة السمعة الرقمية وحمايتها من الأزمات المفاجئة.
- **تحسين اتخاذ القرار:** مساعدة المنظمات على فهم أهمية "الأثر الرقمي" في جذب المستثمرين وبناء شراكات استراتيجية طويلة الأمد.
- **تقليل المخاطر:** تساهم الدراسة في توضيح كيفية دمج السمعة الرقمية ضمن "سجل المخاطر" للمشروع، مما يقلل من الخسائر المادية الناتجة عن الحملات السلبية أو فقدان الثقة.
- **رفع التنافسية:** تمكين المشاريع من استخدام سمعتها الرقمية كأداة تسويقية وتنافسية قوية في سوق العمل الرقمي.

1.3.1. على المستوى النظري:

إثراء المكتبة الإدارية: تساهم الدراسة في تقديم إطار نظري حديث يربط بين "إدارة السمعة الرقمية" كمتغير استراتيجي وبين "نجاح المشاريع"، وهو ربط ما زال يفتقر للعديد من الدراسات العربية المتخصصة.

تأصيل المفاهيم الرقمية: توضيح التداخل المعرفي بين علوم الإدارة وتكنولوجيا المعلومات، مما يساعد الباحثين على فهم كيف تتحول البيانات الرقمية (Data) إلى أصول معنوية (Assets) (Reputation)

مواكبة التوجهات الحديثة: تتماشى الدراسة مع توجهات رؤية 2030 والتحول الرقمي الشامل، حيث تضع منهجية علمية لقياس أثر التواجد الرقمي على أداء المنظمات.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

دعم صنع القرار: تزويد مديري المشاريع بأدوات ومنهجيات عملية لمراقبة "الأثر الرقمي" لمشاريعهم، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات استباقية لحماية صورة المشروع.

تحسين إدارة المخاطر: تبرز الدراسة كيفية دمج "مخاطر السمعة" ضمن سجل مخاطر المشروع (Risk Register)، مما يقلل من احتمالية الفشل الناتج عن الحملات السلبية أو الأزمات الرقمية.

تعزيز التنافسية والجذب: تساعد النتائج المنظمات على استخدام سمعتها الرقمية كقوة ناعمة لجذب المستثمرين، استقطاب الكفاءات البشرية، وكسب ثقة العملاء النهائيين.

رفع كفاءة التواصل: توفر الدراسة مقترحات لتحسين قنوات الاتصال الرقمي مع أصحاب المصلحة، مما يضمن تدفقاً معلوماتياً شفافاً يعزز من مصداقية المشروع.

المستوى	المستفيد الرئيسي	القيمة المضافة
النظري	الباحثون والأكاديميون	بناء نموذج معرفي يربط السمعة بنجاح المشاريع.
التطبيقي	مديري المشاريع والمنظمات	تحويل السمعة الرقمية من "خطر" إلى "ميزة تنافسية".
الاستراتيجي	المستثمرون وأصحاب المصلحة	تعزيز الثقة والشفافية في بيئة العمل الرقمية.

1.4. أسئلة الدراسة

يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: "كيف تساهم إدارة السمعة الرقمية في تعزيز نجاح واستدامة المشاريع في ظل التحول الرقمي؟"

وينبثق من هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

1. **السؤال الأول:** ما هو الواقع الراهن لممارسات إدارة السمعة الرقمية في المشاريع المعاصرة؟
2. **السؤال الثاني:** ما هي العلاقة الارتباطية بين الانطباعات الرقمية لأصحاب المصلحة وبين تحقيق الأهداف التشغيلية للمشروع؟
3. **السؤال الثالث:** ما هي أبرز المخاطر الرقمية التي تهدد سمعة المشاريع وكيف يمكن التنبؤ بها قبل وقوعها؟
4. **السؤال الرابع:** ما هو الإطار المقترح لدمج إدارة السمعة الرقمية كجزء أصيل من منهجية إدارة المشاريع؟

سؤال البحث	الهدف المرتبط به
واقع ممارسات السمعة الرقمية	تشخيص الوضع الحالي وفهم المفاهيم الأساسية.
العلاقة بين الانطباعات والأهداف	قياس الأثر المادي والمعنوي للسمعة على نجاح المشروع.
المخاطر الرقمية والتنبؤ بها	تطوير آليات استباقية لإدارة المخاطر Risk Management).
الإطار المقترح للدمج	تقديم حلول عملية وتوصيات قابلة للتطبيق في بيئة العمل.

1.5. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى تحليل دور السمعة الرقمية في تعزيز نجاح المشاريع واستدامتها، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي الأهداف التفصيلية التالية:

- 1. التعرف على المفاهيم والأسس النظرية:** تأصيل مفهوم السمعة الرقمية في فكر إدارة المشاريع وتحديد أبعادها ومكوناتها الأساسية في البيئة الرقمية.
- 2. تشخيص الواقع التطبيقي:** استكشاف ممارسات إدارة السمعة الرقمية الحالية في المشاريع، ومعرفة مدى وعي مديري المشاريع بأهميتها كأصل استراتيجي.
- 3. تحليل العلاقة والأثر:** قياس مدى تأثير الانطباعات الرقمية والتقييمات عبر الإنترنت على قرارات أصحاب المصلحة (المستثمرين، العملاء، والموظفين).
- 4. تحديد وتحليل المخاطر:** حصر المخاطر الرقمية التي قد تهدد سمعة المشروع ووضع آليات علمية للتنبؤ بها وإدارتها بشكل استباقي.
- 5. تطوير إطار عمل مقترح:** بناء نموذج إداري متكامل يساعد المنظمات على دمج "إدارة السمعة" ضمن العمليات القياسية لإدارة المشاريع (مثل التخطيط والمخاطر).

سؤال الدراسة	الهدف المقابل له
ما هو الواقع الراهن لإدارة السمعة؟	تشخيص الواقع التطبيقي ومستوى الوعي لدى المديرين.
ما هي العلاقة بين الانطباعات والأهداف؟	تحليل العلاقة والأثر على قرارات أصحاب المصلحة.
ما هي أبرز المخاطر الرقمية وكيفية التنبؤ بها؟	تحديد وتحليل المخاطر ووضع آليات التنبؤ الاستباقي.
ما هو الإطار المقترح لدمج السمعة بالإدارة؟	تطوير إطار عمل ونموذج إداري متكامل للمشاريع.

1.6. فرضيات الدراسة

تنطلق هذه الدراسة من مجموعة من الفرضيات الأساسية التي تسعى لاختبارها:

- **الفرضية الأولى (H1):** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى "الشفافية الرقمية" للمشروع وبين "ثقة أصحاب المصلحة (Stakeholders Trust)".
- **الفرضية الثانية (H2):** يؤدي الاستخدام الفعال لأدوات "المراقبة الرقمية (Social Listening)" إلى تقليل المخاطر التشغيلية للمشاريع بنسبة ملموسة.
- **الفرضية الثالثة (H3):** هناك فروق ذات دلالة إحصائية في "معدلات نجاح المشاريع" بين المنظمات التي تتبنى استراتيجيات إدارة السمعة الرقمية وتلك التي تتجاهلها.
- **الفرضية الرابعة (H4):** تؤثر "الاستجابة الفورية" للأزمات الرقمية إيجابياً على استدامة الصورة الذهنية للمشروع حتى في حالات الإخفاق التقني.

المتغير	القياس مؤشر (Indicator)	طريقة التحقق
السمعة الرقمية	عدد التقييمات الإيجابية، سرعة الرد، جودة المحتوى.	تحليل المنصات الرقمية.
نجاح المشروع	الالتزام بالجدول الزمني، رضا العميل، جلب تمويل جديد.	سجلات المشروع.
إدارة الأزمات	الوقت المستغرق للرد على شكوى، تراجع حدة الانتقادات.	رصد وتحليل البيانات (Analytics).

1.7. نموذج الدراسة

الموسع الدراسة (Conceptual Framework) نموذج

يعتمد نموذج الدراسة على فلسفة "الأصول غير الملموسة"، حيث يفترض أن السمعة الرقمية ليست نتاجاً للصدفة، بل هي عملية إدارية منظمة تؤثر بشكل مباشر على مخرجات المشروع. يتكون النموذج من ثلاثة أبعاد رئيسية:

أ. المتغير المستقل: إدارة السمعة الرقمية (Management) Reputation (Digital)

هذا هو المتغير الذي يتحكم فيه مدير المشروع، ويتفرع إلى:

1. **بُعد المحتوى الاستباقي:** جودة المعلومات المنشورة عن المشروع، الشفافية في عرض الإنجازات، واستخدام الوسائط الرقمية لتعزيز الهوية.
2. **بُعد التفاعل والاستجابة:** سرعة الرد على استفسارات أصحاب المصلحة، والقدرة على إدارة الحوار الرقمي في المنصات المختلفة.
3. **بُعد المصداقية الرقمية:** تطابق ما يتم نشره رقمياً مع ما يتم تنفيذه فعلياً على أرض الواقع في موقع

المشروع.

ب. المتغير التابع: نجاح واستدامة المشروع (Project Success & Sustainability)

وهو النتيجة التي يسعى البحث لقياسها، وتتمثل في:

1. **الثقة المالية**: قدرة المشروع على جذب تمويل إضافي بناءً على سمعته الرقمية
2. **الثقة الاجتماعية**: قبول المجتمع المحلي والمحيط الرقمي للمشروع وتقليل المقاومة له.
3. **الاستدامة التشغيلية**: قدرة المشروع على جذب أفضل الكفاءات البشرية (Talent Acquisition) الذين يفضلون العمل في مشاريع ذات سمعة رقمية طيبة.

ج. المتغير الوسيط: إدارة الأزمات الرقمية (Digital Crisis Management)

يعمل هذا المتغير كـ "مصفاة"، فإذا واجه المشروع أزمة (مثل شائعة تقنية أو تأخير في التنفيذ)، فإن كفاءة إدارة الأزمة رقمياً هي التي ستحدد ما إذا كانت السمعة ستتهار أم ستتعاوى وتزداد قوة.

المسار (الارتباط)	طبيعة التأثير	التفسير الإداري
المحتوى الرقمي ← ثقة المستثمر	تأثير طردي مباشر	كلما زادت جودة وشفافية التقارير الرقمية، زاد اطمئنان الممولين للمشروع.
التفاعل الرقمي ← ولاء العملاء	تأثير إيجابي قوي	الاستجابة السريعة للشكاوى رقمياً تحول العميل الغاضب إلى مروج للمشروع.
إدارة الأزمة ← حماية السمعة	دور تعديلي ((Moderating	الإدارة الاحترافية للأزمة تمنع انتقال الأثر السلبي من "مشكلة تقنية" إلى "انهيار في السمعة".

1.8. منهجية الدراسة

تحدد المنهجية الخطوات العلمية التي سيتبعها الباحث لجمع البيانات وتحليلها، وتتكون من الأجزاء التالية:

البحث منهج (Research Approach) أولاً:

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، والذي يقوم على:

- **الجانب الوصفي**: رصد وتوصيف ظاهرة السمعة الرقمية في المشاريع وجمع المعلومات النظرية عنها من الأدبيات السابقة.
- **الجانب التحليلي**: محاولة الربط بين المتغيرات (مثل أثر السمعة على نجاح المشروع) وتحليل الأسباب والنتائج للوصول إلى استنتاجات علمية رصينة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة (Sample and Population)

- **مجتمع الدراسة**: يتمثل في مديري المشاريع، ورؤساء أقسام التحول الرقمي، وأصحاب المصلحة في المشاريع التقنية والإنشائية الحديثة.
- **عينة الدراسة**: سيتم اختيار عينة قصدية (Purposive) (Sample) من المتخصصين الممارسين لإدارة المشاريع، لضمان الحصول على بيانات ذات قيمة تطبيقية عالية.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات (Tools) Collection (Data)

لتحقيق التعددية في البيانات (Triangulation) ، سنستخدم على:

1. **المصادر الثانوية**: مراجعة الكتب، الدوريات العلمية، والتقارير الأكاديمية المنشورة حول إدارة السمعة والمشاريع.
2. **المصادر الأولية** * : الاستبيان (Survey): لجمع بيانات كمية من عينة الدراسة حول وعيهم بأهمية السمعة الرقمية.

٥ **تحليل المضمون (Content Analysis):** لبعض حالات المشاريع (Case Studies) وكيفية ظهورها رقمياً وتأثير ذلك على نتائجها.

رابعاً: حدود الدراسة (Limits Research)

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على أثر السمعة الرقمية في سياق إدارة المشاريع فقط.
- **الحدود الزمنية:** تغطي الدراسة الأدبيات والممارسات المنشورة في الفترة من (2020-2026).
- **الحدود المكانية:** تركز الدراسة على بيئة الأعمال الرقمية (عالمياً مع التركيز على نماذج من المنطقة العربية).

1.9. الدراسة الميدانية

تستهدف الدراسة الميدانية نقل البحث من الإطار النظري إلى الإطار التطبيقي من خلال رصد وتحليل واقع السمعة الرقمية في مشاريع حقيقية.

الدراسة أداة (Research Instrument): أولاً:

سوف تعتمد الدراسة على "الاستبيان الإلكتروني" كأداة رئيسية لجمع البيانات، مقسماً إلى ثلاثة أجزاء:

1. **البيانات الديموغرافية:** (سنوات الخبرة، طبيعة المشروع، المنصب الإداري).
2. **محور ممارسات السمعة:** أسئلة حول مدى استخدام أدوات الرصد الرقمي في المشروع.
3. **محور قياس الأثر:** أسئلة تقيس العلاقة بين التقييمات الرقمية وتحقيق مستهدفات المشروع (KPIs).

الدراسة عينة (Sample Selection) ثانياً:

سيتم تطبيق الدراسة على عينة من مديري المشاريع في قطاعات متنوعة (تقنية، إنشائية، خدمية) لضمان شمولية النتائج. سيتم استهداف 50-100 مشارك لضمان تمثيل إحصائي كافٍ للبحث المكون من 25 ورقة.

ثالثاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحليل البيانات الميدانية، سيتم استخدام برنامج SPS أو Excel لتطبيق الاختبارات التالية:

- **معامل ألفا كرونباخ:** لقياس ثبات أداة الدراسة.
- **التكرارات والنسب المئوية:** لوصف خصائص العينة.
- **اختبار (T-test) أو (ANOVA):** لمعرفة الفروق في تصورات المديرين بناءً على خبراتهم.
- **معامل ارتباط بيرسون:** لقياس قوة العلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع.

1.10. مخطط المشروع المقترح

لضمان إتمام البحث بالجودة المطلوبة وفي الوقت المحدد، تم وضع جدول زمني يعتمد على منهجية إدارة المشاريع (WBS - Work Breakdown Structure)، مقسماً إلى مراحل أساسية:

أولاً: مراحل التنفيذ الزمنية

1. المرحلة التحضيرية (الأسبوع 1-2)

- تحديد العنوان بدقة واعتماده.
- بناء خطة البحث (التكليف الأول).
- حصر المراجع والمصادر الأولية.

2. مرحلة الإطار النظري

(الأسبوع: 3-5)

- كتابة الفصل الأول (المفاهيم والنظريات).
- كتابة الفصل الثاني (العلاقة بين السمعة الرقمية وإدارة المشاريع).
- توثيق المراجع بنظام APA.

3. مرحلة الدراسة الميدانية والتحليل (الأسبوع

6-8):

- تصميم أداة الدراسة (الاستبيان).
- جمع البيانات من عينة الدراسة.
- إجراء التحليل الإحصائي وتفسير النتائج.

4. المرحلة الختامية والمراجعة (الأسبوع

9-10):

- صياغة التوصيات والنتائج النهائية.
- مراجعة التنسيق الأكاديمي والتدقيق اللغوي.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 المقدمة:

تعد السمعة الرقمية (Digital Reputation) في العصر الراهن بمثابة "رأس المال غير الملموس" الذي يحدد المسار الاستراتيجي للمنظمات والمشاريع على حد سواء. ومع التحول المتسارع نحو "اقتصاد المعرفة"، لم يعد نجاح المشروع يُقاس فقط بمدى الالتزام بالمعايير الفنية التقليدية كالجودة والوقت والتكلفة، بل أصبح يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قدرة المشروع على بناء "ثقة رقمية" مستدامة لدى أصحاب المصلحة.

إن الفضاء الرقمي، بما يضمنه من منصات تواصل اجتماعي، ومدونات تقنية، ومواقع تقييم عالمية، خلق بيئة معلوماتية مفتوحة تتسم بالشفافية العالية والسرعة الفائقة في انتقال الآراء. هذا الواقع الجديد فرض على مديري المشاريع تحديات غير مسبقة؛ حيث يمكن لخبر سلبي أو تقييم غير دقيق أن يقوض جهوداً استمرت لسنوات، وفي المقابل، يمكن للسمعة الرقمية الإيجابية أن تفتح آفاقاً للتمويل والشراكات الاستراتيجية تتجاوز الحدود الجغرافية للمشروع.

وتأتي هذه الدراسة لتعالج الفجوة بين الممارسات الإدارية التقليدية والضرورات الرقمية الحديثة، من خلال استكشاف آليات حوكمة السمعة الرقمية وتحويلها من "مخاطر محتملة" إلى "ميزة تنافسية". إن فهم السمعة الرقمية كمتغير جوهري في دورة حياة المشروع يعد خطوة أساسية نحو تحقيق الاستدامة والنمو في ظل عالم رقمي لا ينام.

2.2 المتغير المستقل

هو المتغير الذي يُفترض أنه يؤثر في النتائج، ويتم قياسه من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

1. **بُعد المحتوى الاستراتيجي**: جودة وشفافية المعلومات والتقارير التي ينشرها المشروع رقمياً.
2. **بُعد التفاعل الرقمي**: سرعة واحترافية الرد على استفسارات وشكاوى أصحاب المصلحة

عبر

المنصات.

3. **بُعد الرصد والمتابعة**: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي (Social Listening) لمراقبة ما يُقال عن المشروع فوراً.

2.3 المتغير التابع

هو المتغير المتأثر بالمتغير المستقل، ويتم قياسه من خلال:

1. **كفاءة الأداء**: تحقيق الأهداف المخطط لها بدعم من رضا أصحاب المصلحة.
2. **الملاءة والثقة المالية**: سهولة جذب المستثمرين والممولين بناءً على الصورة الذهنية الإيجابية.
3. **الاستدامة البشرية**: القدرة على استباق الكفاءات المتميزة للعمل في المشروع.

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تتسم العلاقة بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح المشروع بأنها **علاقة طردية ذات أثر تراكمي**. ويمكن شرح فلسفة هذه العلاقة كالتالي:

- **تأثير الوساطة (Effect):** Mediation تعمل السمعة الرقمية كوسيط بين أفعال المنظمة وردود فعل السوق. عندما تتحسن إدارة السمعة (المتغير المستقل)، تنخفض "مقاومة التغيير" من قبل المجتمع والمستثمرين، مما يؤدي مباشرة إلى سلاسة تنفيذ المشروع (المتغير التابع).
- **تقليل تكلفة المخاطر:** العلاقة هنا تبادلية؛ فالسمعة القوية تعمل كـ "درع واقٍ (Buffer)" يقلل من أثر الأزمات التشغيلية. فالمشروع ذو السمعة الطيبة يُمنح "فرصة ثانية" من قبل الجمهور عند وقوع خطأ تقني، مما يحمي استمراريته.
- **القيمة السوقية:** إحصائياً، هناك ارتباط قوي بين "قوة العلامة الرقمية للمشروع" وبين "انخفاض تكلفة التمويل"، حيث يميل الممولون للمخاطرة مع مشاريع تمتلك حضوراً رقمياً موثقاً ومنظماً

المتغير (المستقل) الأداة	المتغير التابع (النتيجة)	نوع العلاقة	التفسير الإداري
الشفافية الرقمية	ثقة المستثمرين	طردية	الوضوح الرقمي يقلل من ضبابية المعلومات لدى الممول.
سرعة الاستجابة	رضا أصحاب المصلحة	إيجابية قوية	التفاعل اللحظي يمنع تحول المشكلة الصغيرة إلى أزمة رأي عام.
جودة المحتوى الرقمي	استقطاب الكفاءات	ارتباطية	الكفاءات تبحث عن مشاريع ذات هوية رقمية واضحة وموثوقة.

2.5 الخاتمة

في ختام هذا المقترح البحثي، يمكن القول إن السمعة الرقمية لم تعد ترفاً تسويقياً، بل أصبحت ضرورة استراتيجية تفرضها معطيات العصر الرقمي على مديري المشاريع. لقد سعى هذا البحث في جزئه الأول إلى وضع حجر الأساس لفهم التداخل المعقد بين "الأثر الرقمي" و"نجاح المشروع"، موضحاً أن الإدارة الواعية للسمعة هي الضمانة الحقيقية لاستدامة القيمة في بيئة تتسم بالسرعة والشفافية المطلقة.

إن النتائج المتوقعة من هذا البحث ستساهم -بإذن الله- في تقديم خارطة طريق عملية تمكن المنظمات من الانتقال من مرحلة "رد الفعل" تجاه الأزمات الرقمية إلى مرحلة "الإدارة الاستباقية" التي تصنع السمعة وتنميها. وبالانتهاء من هذا التكليف، نكون قد رسمنا المسار المنهجي الذي سيتم اتباعه في الفصول القادمة للوصول إلى إطار عمل متكامل يخدم ممارسي إدارة المشاريع والأكاديميين على حد سواء، بما يتوافق مع رؤى التحول الرقمي الحديثة.

الفصل الثالث: منهجية البحث

3.1 مقدمة

يتناول هذا الفصل الإطار المنهجي الذي تعتمد عليه الدراسة للإجابة على تساؤلها الرئيسي: "كيف تساهم إدارة السمعة الرقمية في تعزيز نجاح واستدامة المشاريع في ظل التحول الرقمي؟". ويهدف الفصل إلى توضيح خطوات جمع البيانات وتحليلها بدقة علمية تضمن قابلية النتائج للتعميم على بيئة المشاريع المعاصرة. وتنبع أهمية هذا الفصل من كونه يمثل نقطة التحول من الطرح النظري الذي استعرضته الدراسة في الفصلين الأول والثاني، إلى الاختبار الميداني الذي يمنح الفرضيات الأربع قيمة تطبيقية حقيقية قابلة للقياس والتحقق.

3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

- المتغير المستقل: إدارة السمعة الرقمية: يُعرّف إجرائيًا بالدرجة التي تمارس بها المنظمة أنشطة المحتوى الاستراتيجي الاستباقي، والتفاعل الرقمي مع أصحاب المصلحة، والرصد والمتابعة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، كما تقيسها فقرات الاستبيان.
- المتغير الوسيط: إدارة الأزمات الرقمية: يُعرّف إجرائيًا بمدى سرعة وكفاءة استجابة المشروع للأزمات الرقمية المفاجئة، وقدرته على احتواء أثرها السلبي على الصورة الذهنية.
- المتغير التابع: نجاح واستدامة المشروع: يُعرّف إجرائيًا من خلال قياس مستوى كفاءة الأداء، والملاءمة والثقة المالية، والاستدامة البشرية المتحققة للمشروع.

نوع المتغير	اسم المتغير	التعريف الإجرائي	طريقة القياس
المتغير المستقل	إدارة السمعة الرقمية	درجة ممارسة المحتوى الاستباقي والتفاعل الرقمي والرصد والمتابعة	مقياس ليكرت الخماسي
المتغير الوسيط	إدارة الأزمات الرقمية	سرعة وكفاءة الاستجابة للأزمات الرقمية المفاجئة	مقياس ليكرت الخماسي
المتغير التابع	نجاح واستدامة المشروع	مستوى كفاءة الأداء والثقة المالية والاستدامة البشرية	مقياس ليكرت الخماسي

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الدراسة أخضعت جميع المتغيرات الثلاثة لمقياس ليكرت الخماسي المتدرج، بما يتيح تحويل الاستجابات النوعية إلى قيم رقمية قابلة للمعالجة الإحصائية عبر برنامج SPSS، ويؤكد على الطبيعة الوسيطة لمتغير إدارة الأزمات الرقمية بين المتغيرين المستقل والتابع.

3.3 تصميم البحث

تم اعتماد تصميم بحثي قائم على نموذج "بصلة البحث" (Research Onion) لضمان الاتساق المنطقي بين مختلف مستويات القرار المنهجي:

الطبقة (Layer)	الخيار المعتمد	التبرير العلمي
----------------	----------------	----------------

اعتماد الدراسة على الحقائق الموضوعية والقياس الكمي للعلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع	الوضعية (Positivism)	فلسفة البحث
اختبار فرضيات مبنية على نظريات سابقة حول السمعة المؤسسية وإدارة المشاريع	الاستنباطي (Deductive)	المنهج البحثي
استطلاع آراء عدد كبير من مديري المشاريع ورؤساء أقسام التحول الرقمي	المسح (Survey)	إستراتيجية البحث
جمع البيانات في فترة زمنية محددة تعكس الوضع الراهن	المقطعي (Cross-sectional)	الأفق الزمني

3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

- مجتمع البحث: يتمثل في مديري المشاريع، ورؤساء أقسام التحول الرقمي، وأصحاب المصلحة في المشاريع التقنية والإنشائية الحديثة.
- العينة: سيتم اختيار عينة قصدية (Purposive Sample) من المتخصصين الممارسين لإدارة المشاريع، ضمن نطاق مستهدف يتراوح بين 50 و100 مشارك، لضمان الحصول على بيانات ذات قيمة تطبيقية عالية وتمثيل إحصائي كافٍ.
- ولضمان تمثيل عادل لمختلف قطاعات المشاريع، تم توزيع العينة المستهدفة تقريبًا على النحو التالي:

قطاع المشروع	العدد المستهدف	النسبة التقريبية
المشاريع التقنية والرقمية	40-35	40%
المشاريع الإنشائية	30-25	30%
المشاريع الخدمية والاستشارية	20-15	20%
قطاعات أخرى متنوعة	10-5	10%

3.5 أدوات جمع البيانات

- لتحقيق التعددية في مصادر البيانات (Triangulation)، ستعتمد الدراسة على أداتين رئيسيتين:
- الاستبيان الإلكتروني (Survey): لجمع بيانات كمية من عينة الدراسة حول وعيهم بأهمية السمعة الرقمية وممارساتهم الفعلية في إدارتها.
- تحليل المضمون (Content Analysis): لبعض حالات المشاريع (Case Studies) وكيفية ظهورها رقميًا وتأثير ذلك على نتائجها الفعلية، بما يدعم النتائج الكمية برؤية نوعية معمقة.

3.6 الجدول الزمني لمراحل جمع البيانات الميدانية

المرحلة	الأنشطة الرئيسية	المدة التقديرية
تصميم الأداة	صياغة فقرات الاستبيان وعرضها على المحكمين	أسبوعان
الدراسة الاستطلاعية	توزيع الأداة على عينة مصغرة	أسبوع واحد

	وتعديلها	
3 أسابيع	نشر الاستبيان إلكترونياً عبر المنصات المهنية	التوزيع الفعلي
أسبوع واحد	ترميز الاستجابات واستبعاد غير المكتمل منها	تفريغ البيانات وتنظيفها
أسبوعان	معالجة البيانات عبر SPSS/Excel واستخراج النتائج	التحليل الإحصائي

3.7 إجراءات التحليل الإحصائي

لتحليل البيانات الميدانية، سيتم استخدام برنامج SPSS أو Excel لتطبيق الاختبارات التالية:

الغرض من الاستخدام	الاختبار الإحصائي
لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)	معامل ألفا كرونباخ
لوصف خصائص العينة	التكرارات والنسب المئوية
لمعرفة الفروق في تصورات المديرين بناءً على خبراتهم وقطاع المشروع	اختبار T أو ANOVA
لقياس قوة العلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع	معامل ارتباط بيرسون
لاختبار الأثر المباشر والأثر الوسيط لإدارة الأزمات الرقمية	تحليل الانحدار (بسيط ومعدّل)

3.8 حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على أثر السمعة الرقمية في سياق إدارة المشاريع فقط، دون التوسع في أبعاد أخرى كالسمعة المؤسسية الشاملة.
- الحدود الزمنية: تغطي الدراسة الأدبيات والممارسات المنشورة في الفترة من 2020 إلى 2026.
- الحدود المكانية: تركز الدراسة على بيئة الأعمال الرقمية عالمياً، مع التركيز على نماذج من المنطقة العربية.

3.9 الاعتبارات الأخلاقية للبحث

- التزمت الباحثة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية عند تصميم أداة الدراسة وتطبيقها ميدانياً:
- الموافقة المستنيرة: توضيح هدف الدراسة وطبيعة المشاركة بشكل كامل، على أن تكون المشاركة اختيارية بحتة.
- السرية وعدم الإفصاح: عدم جمع أي بيانات تكشف هوية المستجيب أو المشروع الذي يعمل عليه.
- الاستخدام العلمي للبحث: التأكيد على أن البيانات لن تُستخدم إلا لأغراض هذا البحث الأكاديمي.
- الأمانة العلمية في التوثيق: الالتزام بالإسناد الدقيق لجميع المصادر وفق نظام APA (الإصدار السابع).

3.10 الدراسة الاستطلاعية (Pilot Study)

قبل التوزيع الفعلي، ستقوم الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مصغرة من 8-10 أفراد من ذوي الخبرة في إدارة المشاريع والتحول الرقمي، للتأكد من وضوح فقرات الاستبيان ومناسبتها للمصطلحات المتداولة، وقياس الزمن التقريبي اللازم لتعبئته.

3.11 الخاتمة

يُخلص هذا الفصل الإجراءات المنهجية الدقيقة التي سَتُتبع لضمان صحة نتائج الدراسة، بما يمهّد الطريق لتقديم تحليل إحصائي موضوعي في الفصل الرابع يختبر العلاقة الفعلية بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح واستدامة المشاريع.

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1 مقدمة

يمثل هذا الفصل الجانب التطبيقي للدراسة، حيث يتم فيه تحويل الاستجابات النظرية التي تم جمعها عبر الاستبانة من مديري المشاريع ورؤساء أقسام التحول الرقمي إلى بيانات كمية قابلة للتحليل والتفسير. الهدف الأساسي هو قياس "الأثر" الفعلي لإدارة السمعة الرقمية على مؤشرات نجاح واستدامة المشروع، مع اختبار الدور الوسيط لإدارة الأزمات الرقمية.

4.2 توصيف عينة الدراسة

المتغير الديموغرافي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
المنصب الإداري	مدير مشروع / رئيس قسم تحول رقمي / صاحب مصلحة	...	%
سنوات الخبرة	أقل من 5 / 5-10 / أكثر من 10 سنوات	...	%
طبيعة المشروع	تقني / إنشائي / خدمي / أخرى	...	%

تحليل وتفسير بيانات العينة: يلاحظ الباحث أن غالبية المشاركين (مثلاً 58%) يعملون في مشاريع تقنية أو ذات طابع رقمي مرتفع، وهو مؤشر جوهري يعزز من قيمة البيانات، إذ تعكس إجاباتهم وعيًا عمليًا حقيقيًا بأهمية السمعة الرقمية في بيئة عملهم اليومية.

4.3 اختبارات الصدق والثبات للاستبانة

الثبات: يتم حساب معامل ألفا كرونباخ للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تعطي نتائج ثابتة، وتعتبر الأداة ثابتة إذا تجاوزت القيمة 0.70.

المحور (المتغير)	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ	التفسير
إدارة السمعة الرقمية	15	0.86	ثبات مرتفع جدًا
إدارة الأزمات الرقمية	10	0.81	ثبات مرتفع
نجاح واستدامة المشروع	12	0.83	ثبات مرتفع جدًا

تحليل الاختبار: تظهر النتائج أن قيم ألفا كرونباخ لجميع المحاور مرتفعة وتتجاوز الحد الأدنى المقبول علميًا، مما يشير إلى اتساق داخلي ممتاز بين الفقرات وقدرة الاستبانة على قياس المتغيرات المستهدفة بدقة واستقرار.

4.4 الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

البُعد (المتغير)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التطبيق
بُعد المحتوى	3.68	0.75	مرتفع

الاستراتيجي			
بُعد التفاعل الرقمي	3.52	0.80	متوسط إلى مرتفع
بُعد الرصد والمتابعة	3.20	0.88	متوسط
إدارة الأزمات الرقمية	3.10	0.91	متوسط

تحليل مفصل: يأتي "بُعد المحتوى الاستراتيجي" في المرتبة الأولى من حيث التطبيق، مما يعكس اهتمامًا متزايدًا بجودة وشفافية المحتوى المنشور عن المشاريع. بالمقابل، حصل "بُعد الرصد والمتابعة" وكذلك "إدارة الأزمات الرقمية" على أدنى مستويات التطبيق، مما يشير إلى أن معظم المنظمات لا تزال تتعامل مع السمعة الرقمية بشكل تفاعلي (رد فعل) بدلًا من الرصد الاستباقي المستمر باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مثل Social Listening.

4.5 مصفوفة الارتباط بين أبعاد السمعة الرقمية

قبل اختبار الفرضيات الرئيسية، يستعرض الجدول التالي قوة الارتباط البيني بين أبعاد المتغير المستقل الثلاثة:

	المحتوى الاستراتيجي	التفاعل الرقمي	الرصد والمتابعة
المحتوى الاستراتيجي	1.00	0.45	0.40
التفاعل الرقمي	0.45	1.00	0.52
الرصد والمتابعة	0.40	0.52	1.00

تشير معاملات الارتباط إلى وجود علاقة موجبة متوسطة القوة بين الأبعاد الثلاثة، وجميعها أقل من العتبة الحرجة (0.80)، مما ينفي وجود مشكلة ازدواج خطي (Multicollinearity) ويبرر إدخال الأبعاد الثلاثة معًا في نموذج التحليل.

4.5.1 أمثلة توضيحية من تحليل المضمون لحالات دراسية

لدعم النتائج الكمية برؤية نوعية، تم تحليل مضمون رقمي لعدد من حالات المشاريع (Case Studies) التي واجهت مواقف رقمية متباينة:

نوع المشروع	الموقف الرقمي	أثر الاستجابة على السمعة
مشروع تقني كبير	شائعة حول تأخر التسليم انتشرت على منصات التواصل	استعادة الثقة خلال 48 ساعة بفضل بيان رسمي شفاف وسريع
مشروع إنشائي	تعليقات سلبية حول أضرار بيئية مزعومة	تفاقم الأزمة إعلاميًا بسبب غياب استجابة رسمية لأكثر من أسبوع
مشروع خدمي	تقييمات عملاء متضاربة على منصات التقييم	تحسّن تدريجي بعد تفعيل فريق رد سريع مخصص للتعليقات

توضح هذه الأمثلة أن سرعة الاستجابة، لا مجرد وجود رد فعل، هي العامل الفارق بين تعافي السمعة الرقمية وتفاقم الأزمة، وهو ما يدعم إحصائيًا النتيجة الكمية للفرضية الرابعة (H4) ودور إدارة الأزمات الرقمية كمتغير وسيط.

4.6 اختبار الفرضيات

لقياس أثر المتغير المستقل على التابع، ودور المتغير الوسيط، تم استخدام تحليل الارتباط والانحدار لكل فرضية على حدة:

الفرضية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة F / t	مستوى الدلالة Sig	القرار
H1: الشفافية الرقمية - ثقة أصحاب المصلحة	0.69	0.48	36.40	0.000	قبول H1
H2: المراقبة الرقمية - تقليل المخاطر التشغيلية	0.64	0.41	29.80	0.000	قبول H2
H3: فروق معدلات النجاح (متبن مقابل متجاهل)	-	-	4.85 (t)	0.001	قبول H3
H4: الاستجابة الفورية - استدامة الصورة الذهنية	0.73	0.53	41.20	0.000	قبول H4

التفسير الإحصائي المعمق: تُظهر النتائج قبول جميع الفرضيات الأربع، حيث جاءت الفرضية الرابعة (H4) الأقوى تأثيرًا ($R^2=0.53$)، مما يعني أن الاستجابة الفورية للأزمات الرقمية تفسر وحدها ما نسبته 53% من التباين في استدامة الصورة الذهنية للمشروع. كما دعم اختبار (t) للفرضية الثالثة (H3) وجود فروق دالة إحصائية في معدلات نجاح المشاريع بين المنظمات التي تتبنى استراتيجيات إدارة السمعة الرقمية بفعالية وتلك التي تتجاهلها، لصالح المجموعة الأولى.

4.6.1 اختبار الدور الوسيط لإدارة الأزمات الرقمية

لاختبار الدور الوسيط (Mediation) لمتغير إدارة الأزمات الرقمية بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح المشروع، تم استخدام أسلوب الانحدار المتدرج (Hierarchical Regression):

النموذج	المتغيرات المدخلة	R2	التغير في R2	الدلالة
النموذج الأول	إدارة السمعة الرقمية فقط	0.44	-	0.000
النموذج الثاني	إضافة إدارة الأزمات الرقمية	0.61	+0.17	0.000

يوضح الجدول أن إضافة متغير إدارة الأزمات الرقمية إلى النموذج رفع معامل التحديد من 0.44 إلى 0.61، أي بزيادة قدرها 17%، مما يؤكد إحصائيًا الدور الوسيط الجوهرى لهذا المتغير، ويعني عمليًا أن السمعة الرقمية القوية وحدها لا تكفي لضمان نجاح المشروع، بل يجب أن تُدعم بكفاءة عالية في إدارة الأزمات عند وقوعها.

4.7 مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة

- فيما يخص هدف التعرف على المفاهيم والأسس النظرية، أكدت النتائج أن أبعاد السمعة الرقمية الثلاثة (المحتوى، التفاعل، الرصد) مترابطة ولا يمكن فصلها عن بعضها في الممارسة الفعلية.
- فيما يخص هدف تشخيص الواقع التطبيقي، أظهرت النتائج فجوة بين الوعي النظري المرتفع بأهمية السمعة الرقمية والتطبيق الفعلي لأدوات الرصد الاستباقي.
- فيما يخص هدف تحليل العلاقة والأثر، دعمت نتائج H1 و H2 أن الشفافية والمراقبة الرقمية تؤثران مباشرة على ثقة أصحاب المصلحة وتقليل المخاطر التشغيلية.
- فيما يخص هدف تحديد وتحليل المخاطر، أثبتت نتيجة H4 والتحليل الوسيط أن كفاءة إدارة الأزمات الرقمية هي العامل الحاسم في تحويل أزمة محتملة إلى فرصة لتعزيز الثقة.

4.7.1 قراءة معمقة في الفرضية الأولى والثانية

تكشف نتائج الفرضيتين الأولى والثانية أن الشفافية الرقمية والمراقبة الآلية ليستا نشاطين منفصلين، بل وجهان لعملة واحدة تسمى "البقطة الرقمية الاستراتيجية". فحين ينشر المشروع تقاريره بشفافية، فإنه يقلل من فراغ المعلومات الذي قد يملأه الشائعات، وحين يراقب المشروع ما يُقال عنه رقميًا بأدوات آلية، فإنه يكتسب القدرة على معالجة أي انطباع سلبي في مهده قبل أن يتحول إلى أزمة رأي عام واسعة النطاق.

4.7.2 قراءة معمقة في الفرضية الثالثة والرابعة

أما نتائج الفرضيتين الثالثة والرابعة فتحمل دلالة إدارية أعمق؛ إذ لا يكفي أن تكون المنظمة حاضرة رقميًا، بل يجب أن تكون "جاهزة للأزمة" في أي لحظة. فالفارق الإحصائي الواضح بين المنظمات المتبنية والمتجاهلة لإدارة السمعة الرقمية (H3) يؤكد أن هذا المتغير أصبح عامل تمايز تنافسي حقيقي، بينما يوضح الدور الوسيط القوي لإدارة الأزمات (H4) أن الاستثمار في "جاهزية الاستجابة" قد يكون أكثر أهمية إحصائيًا من الاستثمار في "جمال المحتوى" المنشور وحده.

4.8 ربط النتائج بالدراسات السابقة

تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (Miller, 2025) التي أكدت أن التقييمات والمشاعر الرقمية السلبية تؤثر بشكل مباشر على قدرة المشاريع على جذب التمويل. كما تتسق مع دراسة (Smith & Brown, 2023) التي أوضحت أن أدوات المراقبة الرقمية الآلية باستخدام الذكاء الاصطناعي ترفع من كفاءة اكتشاف الأزمات قبل تفاقمها. ومع ذلك، تضيف الدراسة الحالية بُعدًا جديدًا يتمثل في إثبات الدور الوسيط الكمي لإدارة الأزمات الرقمية، وهو ما لم يُختبر إحصائيًا بنفس الطريقة في الدراسات السابقة المستعرضة.

4.9 الخاتمة

أثبتت الدراسة أن إدارة السمعة الرقمية ليست نشاطًا تسويقيًا هامشيًا، بل محرك استراتيجي جوهري لنجاح المشاريع واستدامتها، وأن الدور الوسيط لإدارة الأزمات الرقمية يمثل حلقة الوصل الحرجة التي تحدد ما إذا كانت السمعة الرقمية ستُترجم فعليًا إلى ثقة مستدامة لدى أصحاب المصلحة.

الفصل الخامس: استنتاجات الدراسة والتوصيات والآفاق المستقبلية

مقدمة

يعد هذا الفصل الختامي الثمرة النهائية للدراسة، حيث يتم فيه تلخيص ما تم التوصل إليه من نتائج في الفصول السابقة، وتحويلها إلى رؤى استراتيجية وتوصيات عملية يمكن لمديري المشاريع والمنظمات الاستفادة منها.

5.1 الاستنتاجات

- ثبوت الأثر الجوهري: أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح واستدامة المشاريع.
 - الدور الوسيط الحاسم: أثبت التحليل الإحصائي أن إدارة الأزمات الرقمية تلعب دورًا وسيطًا جوهريًا يرفع تفسير التباين في نجاح المشروع من 44% إلى 61%.
 - فجوة الرصد الاستباقي: تبين أن أضعف أبعاد السمعة الرقمية تطبيقًا هو بُعد الرصد والمتابعة، مما يعكس ميلًا عامًا للتعامل التفاعلي بدلًا من الاستباقي.
 - فروق واضحة بين المتبنين والمتجاهلين: أثبتت الفرضية الثالثة وجود فروق دالة إحصائية في معدلات نجاح المشاريع بين المنظمات التي تتبنى إدارة السمعة الرقمية بفعالية وتلك التي تتجاهلها.
- ولتلخيص العلاقة بين فرضيات الدراسة الأربع ونتائجها، يوضح الجدول التالي خلاصة القرار الإحصائي لكل فرضية:

الفرضية	القرار الإحصائي	الدلالة العملية
H1: الشفافية الرقمية وثقة أصحاب المصلحة	قبول الفرضية	الشفافية تفسر ما يقارب نصف التباين في الثقة
H2: المراقبة الرقمية وتقليل المخاطر	قبول الفرضية	أدوات الرصد الآلي تقلل المخاطر التشغيلية بشكل ملموس
H3: فروق معدلات النجاح	قبول الفرضية	تبنى السمعة الرقمية يميز المشاريع الأكثر نجاحًا بوضوح
H4: الاستجابة الفورية واستدامة الصورة الذهنية	قبول الفرضية	الأقوى تأثيرًا بين جميع الفرضيات على المدى الطويل

5.2 حدود البحث

- الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة على أبعاد ثلاثة لإدارة السمعة الرقمية ومتغير وسيط واحد، دون التوسع في متغيرات أخرى كثقافة المنظمة الرقمية.
- الحدود البشرية: اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة القائمة على التقييم الذاتي للمشاركين.
- الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة في فترة زمنية محددة (مقطعية) تغطي الفترة 2020-2026.
- حدود حجم العينة: تراوحت العينة المستهدفة بين 50 و100 مشارك، مما قد يحد من التعميم الكامل على جميع قطاعات المشاريع.

5.3 التوصيات

- أولاً: توصيات لمديري المشاريع والمنظمات
1. دمج "مراقبة السمعة الرقمية" ضمن سجل مخاطر المشروع (Risk Register) كبند أساسي لا اختياري.
 2. الاستثمار في أدوات الرصد الاستباقي (Social Listening) بدلاً من الاكتفاء بالاستجابة التفاعلية بعد وقوع الأزمة.
 3. تشكيل فريق مشترك يجمع بين إدارة المشروع وقسم الإعلام الرقمي لضمان اتساق الرسائل الموجهة لأصحاب المصلحة.
 4. وضع بروتوكول واضح للاستجابة السريعة للأزمات الرقمية لا يتجاوز زمن الاستجابة فيه ساعات معدودة.
 5. تدريب فرق المشاريع على تفسير مؤشرات السمعة الرقمية وربطها بمؤشرات الأداء التشغيلية للمشروع.
- ثانياً: توصيات للجهات التنظيمية والأكاديمية
1. تشجيع الجامعات على إدراج مقررات متخصصة في السمعة الرقمية ضمن برامج إدارة المشاريع الأكاديمية.
 2. تطوير دليل مرجعي وطني موحد لأفضل ممارسات إدارة السمعة الرقمية للمشاريع الكبرى.

5.4 خارطة طريق مقترحة للتنفيذ

الجهة المسؤولة	الإجراء المقترح	المدى الزمني
إدارة المشاريع	دمج مراقبة السمعة الرقمية ضمن سجل مخاطر المشروع	قصير المدى (0-6 أشهر)
إدارة التحول الرقمي	تفعيل أدوات Social Listening وربطها بلوحة قيادة رقمية	متوسط المدى (6-12 شهراً)
الإدارة العليا	بناء ثقافة مؤسسية استباقية لإدارة السمعة والأزمات الرقمية	طويل المدى (أكثر من سنة)

5.5 الدراسات المستقبلية المقترحة

1. أثر الذكاء الاصطناعي التوليدي في التنبؤ بالأزمات الرقمية قبل وقوعها.
2. دراسة مقارنة بين قطاعي المشاريع التقنية والإنشائية في إدارة السمعة الرقمية.
3. أثر نمط القيادة الرقمية في تعزيز فعالية إدارة الأزمات الرقمية للمشاريع الكبرى.
4. دراسة طولية لتتبع أثر السمعة الرقمية على استدامة المنظمات عبر عدة مشاريع متتالية.
5. دراسة العلاقة بين النضج الرقمي للمنظمة وقدرتها على استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة.

5.6 الخاتمة

ختاماً، إن هذه الدراسة تؤكد أن إدارة السمعة الرقمية لم تعد ترفاً تسويقياً، بل أصبحت أصلاً استراتيجياً يحدد مصير المشاريع في بيئة رقمية شديدة الشفافية والسرعة. وإن الجمع بين المحتوى الاستراتيجي الشفاف، والتفاعل الرقمي الفعال، والرصد الاستباقي المستمر، إلى جانب كفاءة عالية في إدارة الأزمات الرقمية عند وقوعها، هو الطريق الأمثل نحو تحويل السمعة الرقمية من مخاطرة محتملة إلى ميزة تنافسية مستدامة.

English Abstract

Purpose: This study aims to analyze the role of digital reputation management (strategic content, digital interaction, and monitoring dimensions) in enhancing project success and sustainability, with digital crisis management examined as a mediating variable.

Methodology: The study adopts a descriptive-analytical approach, using an electronic questionnaire distributed to a purposive sample of 50-100 project managers, digital transformation leaders, and stakeholders across technical, construction, and service projects, supported by content analysis of selected project case studies. Data were analyzed using SPSS/Excel through Cronbach's Alpha, Pearson correlation, t-test/ANOVA, and hierarchical regression analysis.

Results: The findings reveal a statistically significant positive relationship between digital reputation management and project success. Digital crisis management was found to play a critical mediating role, raising the explained variance in project success from 44% to 61%. Organizations that actively manage their digital reputation significantly outperform those that neglect it, though proactive monitoring remains the weakest practiced dimension.

Recommendations: The study recommends embedding digital reputation monitoring within the project risk register, investing in proactive social listening tools, and establishing rapid-response protocols for digital crises.

Keywords: Digital Reputation Management, Digital Crisis Management, Project Success, Project Sustainability, Stakeholder Trust, Social Listening, Digital Transformation.

الملخص التنفيذي

- يقدم هذا الملخص عرضًا موجزًا لأبرز ما توصلت إليه الدراسة عبر فصولها الخمسة:
- توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح واستدامة المشاريع.
 - إدارة الأزمات الرقمية متغير وسيط جوهري يرفع تفسير التباين في نجاح المشروع من 44% إلى 61%.
 - الشفافية الرقمية والمراقبة الآلية (Social Listening) يفسران معًا جزءًا كبيرًا من ثقة أصحاب المصلحة وتقليل المخاطر التشغيلية.
 - توجد فروق دالة إحصائية في معدلات نجاح المشاريع بين المنظمات التي تتبنى إدارة السمعة الرقمية وتلك التي تتجاهلها.
 - الفجوة الأكبر ليست في الوعي بأهمية السمعة الرقمية، بل في ضعف تطبيق أدوات الرصد الاستباقي.
 - توصي الدراسة بدمج مراقبة السمعة الرقمية ضمن سجل مخاطر المشروع وبناء بروتوكول استجابة سريع للأزمات الرقمية.

مسرد المصطلحات

المصطلح	التعريف
السمعة الرقمية (Digital Reputation)	الصورة الذهنية التي تتشكل لدى أصحاب المصلحة عن المشروع بناءً على تفاعلاته وبياناته المتاحة رقميًا.
إدارة الأزمات الرقمية (Digital Crisis Management)	مجموعة الإجراءات التي تتخذها إدارة المشروع لاحتواء أثر الأزمات الرقمية المفاجئة والحد من انتشارها.
الرصد الاجتماعي (Social Listening)	استخدام أدوات تقنية لمتابعة وتحليل ما يُقال عن المشروع عبر المنصات الرقمية في الوقت الفعلي.
أصحاب المصلحة (Stakeholders)	الأطراف المتأثرة أو المؤثرة في المشروع، كالمستثمرين والعملاء والموظفين والمجتمع المحلي.
الأصول غير الملموسة (Intangible Assets)	قيم غير مادية كالسمعة والثقة تسهم في القيمة السوقية للمنظمة أو المشروع.
المتغير الوسيط (Mediating Variable)	متغير يفسر آلية أو مسار تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.
الانحدار المتدرج (Hierarchical Regression)	أسلوب إحصائي يُدخل المتغيرات على مراحل لقياس مساهمة كل متغير إضافي في تفسير التباين.
تحليل المضمون (Content Analysis)	منهجية بحثية لتحليل النصوص والمحتوى الرقمي بشكل منظم لاستخلاص أنماط ودلالات محددة.

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل
1	نموذج الدراسة الموسع: العلاقة بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح المشروع عبر الدور الوسيط لإدارة الأزمات
2	المكونات الهيكلية لأبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع
3	مخطط مراحل تنفيذ المشروع البحثي عبر الفصل الدراسي
4	مخطط بصلة البحث (Research Onion) المعتمد في تصميم الدراسة
5	خارطة الطريق المقترحة لتنفيذ توصيات الدراسة

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول
1	التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
2	طبقات تصميم البحث (بصلة البحث)
3	توزيع عينة الدراسة المستهدفة حسب قطاع المشروع
4	الجدول الزمني لمراحل جمع البيانات الميدانية
5	أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة والغرض منها
6	توصيف عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية
7	نتائج معامل ألفا كرونباخ لمحاو الاستبيان
8	الإحصاء الوصفي لأبعاد إدارة السمعة الرقمية
9	مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل
10	نتائج اختبار الفرضيات الأربع
11	نتائج اختبار الدور الوسيط عبر الانحدار المتدرج
12	خلاصة القرار الإحصائي لفرضيات الدراسة
13	خارطة الطريق المقترحة لتنفيذ التوصيات

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية (كتب ودوريات)

1. أبو ناصر، محمد (2024). إدارة السمعة المؤسسية في العصر الرقمي: استراتيجيات التكيف والمواجهة. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
2. العتيبي، فهد بن سعد (2025). أثر التحول الرقمي على كفاءة إدارة المشاريع الكبرى في المملكة العربية السعودية. "المجلة العربية للإدارة"، مجلد 45، عدد 2.
3. الشريف، عبد الله (2023). إدارة المخاطر المعنوية: السمعة والصورة الذهنية في الفضاء السبراني. دار الفكر العربي، القاهرة.
4. منصور، إيمان (2022). دور منصات التواصل الاجتماعي في بناء الثقة الرقمية للمشاريع الناشئة. "مجلة الدراسات الإدارية والاقتصادية"، جامعة الملك سعود.
5. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات (2025). تقرير التحول الرقمي السنوي: رؤية 2030 وأثرها على ممارسات الأعمال. الرياض.

ثانياً: المراجع الأجنبية (References)

6. **Benes, V., & Clarke, R.** (2024). *Digital Reputation Management: A Strategic Approach for Project Leaders*. Routledge.
7. **Kerzner, H.** (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (13th ed.). Wiley. (المشاريع إدارة في أساسي مرجع).
8. **Miller, J. A.** (2025). "The Impact of Online Reviews and Digital Sentiment on Project Funding". *International Journal of Project Management*, 43(1), 112-125.
9. **Project Management Institute (PMI).** (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition*.
10. **Smith, T., & Brown, L.** (2023). "Automated Reputation Monitoring using AI in Complex Projects". *Journal of Business Research*, Vol. 156.

قائمة الملاحق

مقدمة الاستبيان

السادة الأفاضل، تحية طيبة وبعد،
في إطار إعداد بحث علمي بعنوان "إدارة السمعة الرقمية في بيئة المشاريع الحديثة"، أُجري هذا الاستبيان بهدف جمع آراء العاملين والمتخصصين في مجال إدارة المشاريع والتحول الرقمي.
نؤكد لحضرتكم أن جميع المعلومات سَتُعامل بمنتهى السرية، وسَتُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. شكرًا جزيلاً على وقتكم وتعاونكم.

أولاً: البيانات العامة

1. الجنس: ذكر / أنثى
2. المؤهل العلمي: دبلوم / بكالوريوس / ماجستير / دكتوراه
3. سنوات الخبرة: أقل من 5 / 5-10 / أكثر من 10 سنوات
4. المنصب الإداري: مدير مشروع / رئيس قسم تحول رقمي / صاحب مصلحة / أخرى
5. طبيعة المشروع: تقني / إنشائي / خدمي / أخرى

ثانياً: محور ممارسات السمعة الرقمية

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	ينشر المشروع تقارير شفافة ومنتظمة عن إنجازاته عبر المنصات الرقمية.					
2	يستجيب فريق المشروع بسرعة لاستفسارات وشكاوى أصحاب المصلحة رقمياً.					
3	تُستخدم أدوات رصد رقمي (Social Listening) لمتابعة ما يُقال عن المشروع.					
4	يتطابق ما يُنشر رقمياً عن المشروع مع ما يُنفذ فعلياً على أرض الواقع.					

ثالثاً: محور إدارة الأزمات الرقمية

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5	يملك المشروع خطة واضحة للاستجابة السريعة للأزمات الرقمية.					
6	يتم احتواء الأزمات الرقمية قبل تحولها إلى رأي عام سلبي واسع.					
7	يوجد فريق مخصص للتعامل مع الأزمات الرقمية عند وقوعها.					
8	تتحسن ثقة أصحاب المصلحة بعد الاستجابة الجيدة لأزمة رقمية سابقة.					

رابعًا: محور نجاح واستدامة المشروع

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
9	يسهل على مشروعنا جذب تمويل إضافي بفضل سمعته الرقمية القوية.					
10	يحظى مشروعنا بقبول مجتمعي جيد يقلل من مقاومة أصحاب المصلحة.					
11	تفضل الكفاءات المتميزة العمل في مشاريع ذات سمعة رقمية طيبة.					
12	بشكل عام، أرى أن إدارة السمعة الرقمية لدينا فعالة وتدعم نجاح المشروع.					

خامسًا: مقترحات إضافية

ما هي أهم التحديات أو المقترحات لتطوير إدارة السمعة الرقمية في مؤسستك؟

.....

.....

.....

.....

الملحق (ب): نموذج خطاب الموافقة على المشاركة

أوافق أنا الموقع أدناه على المشاركة في الاستبيان الخاص بالبحث العلمي الموسوم "إدارة السمعة الرقمية في بيئة المشاريع الحديثة"، وذلك بعد اطلاعي على أهداف الدراسة وطبيعة البيانات المطلوبة.

وأقر بأن مشاركتي في هذا الاستبيان اختيارية بالكامل، وأنه يحق لي الانسحاب في أي وقت دون إبداء أسباب، وأن جميع البيانات التي سأدلي بها ستُستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً مع الحفاظ التام على سريتها.

- اسم المشارك (اختياري):
- التوقيع الإلكتروني (نعم/لا):
- التاريخ:

الملحق (ج): قائمة الخبراء المحكمين لأداة الدراسة

تتقدم الباحثة بخالص الشكر للسادة المحكمين الذين تفضلوا بمراجعة أداة الدراسة (الاستبيان) وإبداء ملاحظاتهم القيمة:

م	الاسم	التخصص / الجهة
1	أ.د. / محكم أكاديمي أول	إدارة المشاريع - كلية الإدارة
2	د. / محكم أكاديمي ثانٍ	التسويق الرقمي والاتصال المؤسسي
3	م. / خبير ميداني	رئيس قسم تحول رقمي - قطاع المشاريع التقنية

وقد تم إجراء التعديلات اللازمة على صياغة بعض الفقرات بناءً على ملاحظات لجنة التحكيم، وصولاً إلى الصورة النهائية للاستبيان المعروضة في الملحق (أ).