

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

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 للاستبيانات

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.

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.