

السمعة الرقمية ...

اسم الطالبة/ وردة سيد محمد نظام الحق

الرقم الجامعي / 233000321

اشراف / د . عبدالرحيم نادر

كلية الإدارة / قسم إدارة المشاريع

قائمة المحتويات

٣	المقدمة
٤	مشكله البحث
٤	أسئلة البحث
٤	اهداف البحث
٥-٤	أهمية البحث
٥	فروض البحث
٥	الدراسة الميدانية
٦-٥	مجتمع وعينة الدراسة
٧	نموذج البحث
٨	منهجية البحث
٩-٧	الدراسات السابقة
٩	مفهوم السمعة الرقمية
١٠-٩	ابعاد السمعة الرقمية
١١-١٠	السمعة الرقمية وتأثيرها على الأداء المالي - الدور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة السمعة الرقمية
١٣-١١	دور الإفصاح عن الاستدامة في تعزيز السمعة الرقمية - التواجد على منصات التواصل الاجتماعي
١٤-١٣	العلاقة بين السمعة الرقمية للشركة والاداء المالي ومستوى الإفصاح عن الاستدامة
١٤	دور السمعة الرقمية في بناء الثقة بين العميل والعلامة التجارية
١٥-١٤	كيف ترتبط السمعة الرقمية بنجاح استراتيجيات التسويق الرقمي
١٦-١٥	تأثير تقييمات العملاء على قرارات الشراء الفورية والمستقبلية
١٦	مراقبة السمعة بشكل يومي وتحليل الانطباعات
١٧	مؤشرات تدل على قوة السمعة الرقمية
١٧	الخاتمة
١٨	التوصيات البحث
١٩	النتائج
٢٠	المراجع

المقدمة....

تتسابق الشركات في هذا العصر للحفاظ على سمعتها الرقمية وعلى سمعة علاماتها التجارية التي لها أثر مباشر دقيق على مكانتها في السوق حيث أن الثورة التكنولوجية المتنامية قد دفعت بالشركات إلى مواكبة هذا التطور الذي أحدث تغيرات كثيرة في نمط الأداء والتفكير والتواصل بين فئات السوق المختلفة من جهة، وبين الشركات والأنظمة والإدارات الرسمية الحاضنة للكيانات التجارية من جهة أخرى، مما جعل التحدي كبيراً في بناء السمعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. حتى أصبح العالم الرقمي وسيلة الشركات للحياة والتواصل والعمل والتعلم.

وقد ظهرت آثاره على الهوية المؤسسية، حيث ساهم في تلاشي الحدود الثقافية بين الأسواق العالمية، مما سمح بانتقال الكثير من المعتقدات والأفكار التي ساهمت في التأثير على الخصوصية التجارية في العديد من الشركات، وأثرت على قيم وتقاليد الشركات، وخاصة في الشركات العربية وتغيرت معها كيفية تأدية الشركات لوظائفها في السوق.

إن انتشار ثورة الاتصالات الرقمية، وما رافقها من تسهيلات ومرونة في سرعة الوصول إلى مصادر المعلومات، كان له الأثر الإيجابي في تحسين أداء الشركات وزيادة تفاعلها مع عملائها. وفي المقابل، فإن هذه الثورة ساهمت في بروز آثار سلبية تتمثل في التمرد على القواعد الأخلاقية والضوابط القانونية والمبادئ الأساسية التي تنظم شئون السوق. كما أن لوسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تشكيل سيكولوجيا السمعة الرقمية للشركات، حيث يمكن للتعليقات والتقييمات التأثير على تصور العملاء للشركة، وعلى كيفية رؤيتها من قبل الآخرين. ويُعد مستوى الإفصاح عن الاستدامة في هذا السياق بمثابة أداة استراتيجية تسهم في تحسين هذا التصور وتعزيز الثقة في العلامة التجارية (Bazhenovite & Shirinkina, 2024)

وتتطلب المنافسة في الأسواق الحديثة من الشركات الاهتمام بشكل أكبر بتقارير الاستدامة والتفاعل مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث أن السمعة الرقمية يمكن أن تؤثر على القرارات الاستثمارية والتجارية. لذا، يعتبر الإفصاح عن الاستدامة عاملاً أساسياً في تعزيز السمعة الرقمية للشركة وتحقيق تأثير إيجابي على أدائها المالي في الأسواق المحلية والعالمية. في هذا السياق، يسهم الإفصاح عن الأنشطة البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG) في تحسين المصداقية والشفافية، مما يساهم في تقليل المخاطر وزيادة القدرة التنافسية للشركة.

مشكلة البحث:

تتضح مشكلة البحث في تحديد وتفسير العلاقة بين السمعة الرقمية للشركات، مع التركيز على الدور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة، فعلى الرغم من أن السمعة الرقمية أصبحت عاملاً حاسماً في تقييم الشركات وقرارات المستثمرين والعملاء، إلا أن تأثيرها الفعلي على الأداء المالي لا يزال غامضاً علاوة على ذلك، يتسع دور الإفصاح عن الاستدامة في تحسين صورة الشركات وزيادة مصداقيتها، لكن حتى الآن لا يوجد توافق في الأدبيات البحثية حول كيفية

تأثير هذا الإفصاح على تعزيز العلاقة بين السمعة الرقمية والأداء المالي للشركة، لذلك تتمثل مشكلة البحث في أن العديد من الدراسات قد تناولت السمعة الرقمية بشكل منفصل دون النظر في تفاعلها المشترك وتأثيرهما على أداء الشركات المالي. وبالتالي، هناك حاجة ماسة لفحص الدور المعدل الذي يمكن أن يلعبه الإفصاح عن الاستدامة في تعزيز العلاقة بين السمعة الرقمية والأداء المالي، خاصة في الشركات المستثمرة.

أسئلة البحث

ما هو تأثير السمعة الرقمية للشركة على أداء المالي؟

كيف يؤثر الأداء المالي للشركات على تصورات المستثمرين وأصحاب المصلحة في الشركات؟

ما أثر مستوى الإفصاح عن الاستدامة على الأداء المالي للشركة؟

كيف تؤثر السمعة الرقمية للشركة على أدائها المالي، وما دور مستوى الإفصاح عن الاستدامة في

تعزيز أو تقليل هذا التأثير؟

أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في توضيح أثر السمعة الرقمية للشركة على أدائها المالي - الدور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة دليل من الشركات المفيدة بالبورصة المصرية، ويتحقق ذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- التحليل التأثير السمعة الرقمية للشركة على أدائها المالي.
- دراسة كيفية تأثير أرباح الشركات المطلقة بالبورصة المصرية على تصورات المستثمرين وأصحاب المصلحة.
- استكشاف الدور المعدل المستوى الإفصاح عن مسؤولية الشركات وتحقيقها للاستدامة في العلاقة بين السمعة الرقمية وأداء الشركات المالي.
- فحص تأثير السمعة الرقمية للشركة على أدائها المالي، وتحديد دور مستوى الإفصاح عن الاستدامة في تعزيز أو تقليل هذا التأثير.
- تقديم مقترحات لصالح الشركات المدرجة بالبورصة لتحقيق الربحية المناسبة في ظل الإفصاح.

أهمية البحث ...

- إدارة السمعة الرقمية للشركات والمؤسسات في الآتي:
- تعزيز الثقة والمصداقية: تُعد القاعدة الأساسية لبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والجمهور المستهدف.
- التأثير على القرارات: المستهلك اليوم يبحث ويقارن قبل الشراء؛ والتقييمات الإيجابية توجه اختياره بشكل مباشر.
- تحسين الأداء المالي: السمعة الفعالة تساهم في نمو الإيرادات وزيادة فرص التوسع في السوق.
- الاستجابة السريعة: تتيح رصد آراء العملاء وتلبيتها بسرعة، مما يرفع من مستوى رضاهم.

فروض البحث

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسمعة الرقمية للشركة على الأداء المالي مع الدور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة"، وينبثق من خلال هذا الغرض الفروض الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسمعة الرقمية للشركة على الأداء المالي في الشركات المقيدة
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية المستوى الإفصاح عن الاستدامة على الأداء المالي في الشركات
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح عن الاستدامة كمتغير معدل بين السمعة الرقمية والأداء المالي في الشركات المقيدة.

الدراسة الميدانية للبحث

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، تطبيقاً على التخطيط لإدارة سمعة مؤسسات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية في المنصات الرقمية من وجهة نظر المستفيدين من طلاب تلك المؤسسات جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأسلوبه الكمي، باعتباره أكثر المناهج ملائمة للتعرف على السمات والملامح العامة ورصد وتحليل أبعاد الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة..

سيتم تطبيق البحث على عينة متاحة من الشباب الجامعي (جامعة الملك عبد العزيز بجدة بالمملكة العربية السعودية قوامها ٤٠٠ مفردة، وذلك في المرحلة العمرية من ١٨ إلى أكثر من ٢٥ سنة، وستعتمد الدراسة في جمع البيانات على أداة المسح الميداني من خلال تصميم استمارة استبانة إلكتروني تم تطبيقها على عينة الدراسة.

كما أن بعض المؤسسات تسعى حديثاً للاستفادة من خدمات المنصات الرقمية، حيث تستخدم البريد الإلكتروني للتواصل داخلياً مع العاملين، وخارجياً مع العملاء والمنظمات الأخرى. مع التواجد الدائم للرد على الاستفسارات والشكاوى من خلال الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة، كما يتم إجراء الكثير من المقابلات عبر البريد الإلكتروني، ويستخدم الإنترنت بتطبيقاته المختلفة للتعرف على صورة المؤسسة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام المختلفة والمنافسين والعملاء، بل أن بعض المؤسسات تقوم بإعداد مواقع توضع على الشبكة العنكبوتية في حالات الأزمات وتعرف الباحثة السمعة الرقمية على أنها الصورة التي تكونها مختلف أصحاب المصلحة عن المؤسسة بناءً على المعلومات التي تنتقل عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي.

من حيث الفئة العمرية من سن ٢١ إلى ٢٤ سنة احتلت المركز الأول من ٢٥ سنة بنسبة ٢٥%، ثم الفئة من ١٨ سنة إلى ٢٠ سنة في المركز الثالث بنسبة ٢١.٣. ركز الأول بنسبة ٥٣.٧%، يليها فئة أكثر من حيث التخصص العلمي فجاء التخصص العلمي في المرح بنسبة ٦٤.٧، تلاه التخصص الأدبي بنسبة ٣٥.٣. وقد تم اختيار عينة الدراسة من الشباب الجامعي وذلك للآتية:

عد المستخدمون من الشباب في المملكة العربية السعودية من أكثر الفئات العمرية استخداما للمنصات الرقمية.

امداد الشباب بالفرص المتاحة لهم لتقييم المضامين المقدمة إليهم وكيفية مشاركتهم في ذلك.

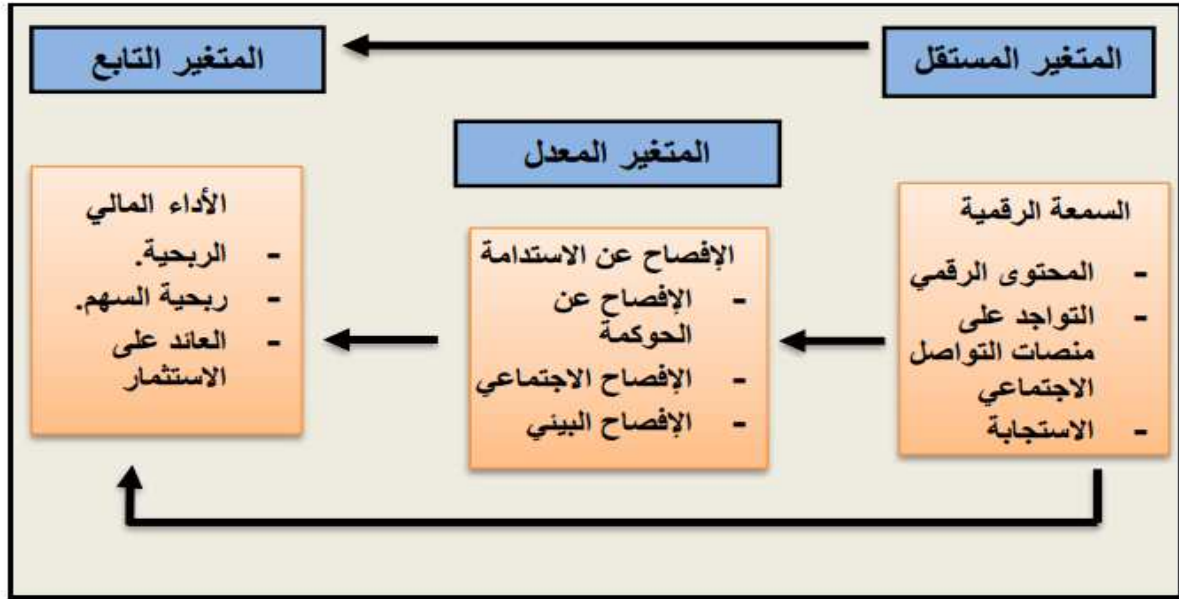
ويرجع اختيار المنصات الرقمية إلى:

التحول الرقمي أحد أهم أركان التحول الوطني، لذا جاءت أهمية المنصات الرقمية في مجال نشر المعلومات وذلك في ثلاثة جوانب رئيسة أولاً: القاعدة الواسعة من الأفراد التي تستخدم هذه المنصات والتي يمكنها

التواصل فيما بينها متخطية كل الحواجز الجغرافية. ثانياً: سرعة التواصل لا سيما مع الانتشار الكثيف يقي والواسع لأجهزة الهواتف الذكية لتصل الأخبار والمحتوى أولاً بأول أينما تواجد المستخدم.

ثالثاً: نسبة كبيرة من مستخدمي هذه المنصات من شريحة الشباب لذا أصب سبحت ت الحاضر ضمن الأساسي للشباب الجامعي لإبداء آرائهم ومقترحاتهم.

نموذج البحث ...



منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الاستنباطي من خلال تحديد وتحليل ما ورد بالفكر الأكاديمي والمهني للمحاسبة والمراجعة والعلوم المرتبطة بهما، عن موضوع أثر السمعة الرقمية للشركة على أدائها المالي، مع دراسة الدور المعدل لمستوى الإفصاح عن الاستدامة في هذه العلاقة، وتتمثل أهم المصادر التي تم الحصول منها على المعلومات اللازمة في (الكتب والدوريات العلمية سواء العربية أو الأجنبية كذلك ما أصدرته المنظمات العلمية والمهنية المعنية بالمحاسبة والمراجعة من معايير ونشرات وتوصيات وإرشادات، وأخيراً ما أوصت به المؤتمرات والندوات التي تناولت موضوع البحث بالإضافة إلى استخدام المنهج الاستقرائي في تحديد أثر السمعة عبر الأوساط الرقمية على أداء الشركات مالياً مع بيان ودور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة .

الدراسات السابقة

الدراسات الخاصة بتأثير السمعة الرقمية على الأداء المالي للشركات:

أ. دراسة (Halide et al., ٢٠٢٥) هدفت إلى تحليل تأثير كل من الإفصاح المستدام، والضرائب المؤسسية، والنمو الاقتصادي في تحقيق تطلعات الأمم المتحدة للتنمية المستدامة في الاقتصادات الناشئة، وقد اعتمد الباحثون منهجاً تحليلياً لفحص العلاقة بين هذه العوامل الثلاثة، وتقييم كيفية إسهامها في إحراز تقدم فعلي نحو أهداف التنمية المستدامة. كما

أولت الدراسة اهتماما خاصا بكيفية تطبيق هذه المبادئ في السياقات الاقتصادية الناشئة، التي تعد أسواقها في مرحلة التطور على صعيد السياسات البيئية والاقتصادية.

وأظهرت النتائج وجود علاقة قوية بين مستوى الإفصاح عن الاستدامة وأداء الشركات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كما بينت أن الضرائب المؤسسية تسهم بشكل كبير في تعزيز شفافية الشركات، وإلزامها بإعداد تقارير أكثر دقة بشأن ممارساتها البيئية والاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، كشفت الدراسة أن النمو الاقتصادي يؤدي دورًا محوريًا في تمكين هذه الاقتصادات من التقدم نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، من خلال تحفيز السياسات المالية وتوجيه الاستثمارات نحو مشاريع مستدامة.

(Agoraki, Giaka, Konstantios, & Patsika) دراسة

العلاقة بين استدامة الشركات وأدائها المالي، والديناميكيات التنظيمية في الشركات الأوروبية. وقد تم التركيز على دور مخاطر السمعة المرتبطة بالمعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG) في التأثير على أداء الشركات الأوروبية وربحيته، وكيفية تأثير السياسات التنظيمية الأوروبية على تلك العلاقة. وقد تم استخدام المنهجية التحليلية التجريبية لبيان العلاقة بين الاستدامة في الشركات وبين الأداء الخاص بالربحية ومعدلات الخسارة، مع الأخذ في الاعتبار تأثير جائحة كوفيد ١٩ على الشركات الأوروبية. واعتمدت الدراسة على بيانات مالية من شركات أوروبية ومقارنة تأثيرات السياسات التنظيمية في الاتحاد الأوروبي على الشركات خلال هذه الفترة.

وتوصلت الدراسة إلى أن سياسات الاتحاد الأوروبي تؤثر بشكل ملحوظ في العلاقة بين استدامة الشركات وأدائها. كما أكدت أن مخاطر السمعة المرتبطة بممارسات ESG تلعب دورًا كبيرًا في تحسين الأداء المالي للشركات الأوروبية، خاصة في ظل السياسات التنظيمية التي تشجع على تبني ممارسات الاستدامة. وأوضحت الدراسة أن الشركات التي تلتزم بمعايير ESG تحصل على تقييمات أفضل من حيث الأداء المالي، مما يشير إلى أن استدامة الأعمال قد تمثل مصدرا للربحية في سياق

التنظيمات البيئية والاجتماعية الحديثة. الدراسات الخاصة بالعلاقة بين السمعة الرقمية ومستوى الإفصاح عن الاستدامة بالشركات.

دراسة ٢٠٢٤ (Chali & Lakatos) :

هدفت إلى استكشاف العلاقة بين السمعة ومستوى الإفصاح عن الممارسات المستدامة للشركات، وقد قام الباحثان بمراجعة منهجية للأدبيات المتعلقة بكيفية تأثير ممارسات الإفصاح المستدام على سمعة الشركات، والعلاقة بين شفافية هذه الممارسات وثقة المستثمرين والجمهور، واستخدم الباحثان المنهج الاستعراضي التحليلي المقارنة نتائج الدراسات السابقة، بهدف تقديم رؤية شاملة حول دور الإفصاح المستدام في تعزيز السمعة المؤسسية والأداء الاقتصادي للشركات.

وأظهرت الدراسة أن الشركات التي تعتمد الإفصاح الشفاف والدقيق عن ممارساتها البيئية والاجتماعية والحوكمة تحقق سمعة أفضل في الأسواق المالية، مما يساهم في تعزيز ثقة المستثمرين وجذب رؤوس الأموال، كما بينت النتائج أن الإفصاحات المستدامة الفعالة ترفع من مستوى التفاعل.

مفهوم السمعة الرقمية للشركات...

يفرض التطور التكنولوجي وتطور شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية وجوداً رقمياً على الشركات، وتعد سمعة الشركات الرقمية جزءاً من سمعة الشركة وتنشأ من القنوات والمنصات الإلكترونية.

ويعرفها (٢٠٢٤، Reputation Crisis) إنها " الصورة والانطباع الذي يتكون عن الأفراد أو المؤسسات بناءً على أنشطتهم وسلوكهم عبر الإنترنت، بما في ذلك المحتوى الذي ينشرونه والتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي، والتعليقات والمراجعات والظهور في نتائج محركات البحث".

وتتمثل أهمية السمعة الرقمية للشركات فيما يلي:

تحقيق مستوى أعلى لرضا العملاء من خلال السمعة الرقمية، يمكن للشركات تعزيز مستوى رضا العملاء عبر استماع سريع لأرائهم وتعليقاتهم من خلال المنصات الرقمية (Al-Debei, et al, 2021) مما يساعد في تحسين المنتجات والخدمات المقدمة تحسين صورة العلامة التجارية ومراقبة الآراء المختلفة حول أعمال الشركة وخدماتها:

تتيح السمعة الرقمية للشركات مراقبة تعليقات وأراء العملاء عبر الإنترنت، مما يساعد على تحسين صورة العلامة التجارية وتعزيز الثقة في الشركة تعزيز دور العلاقات العامة وجعلها أكثر فاعلية يمكن للعلاقات العامة في الشركات أن تصبح أكثر فاعلية من خلال استخدام الأدوات الرقمية لمتابعة التفاعلات مع العملاء والتعامل مع الأزمات بسرعة، مما يعزز مصداقية الشركة الاكتشاف السريع والدوري لنقاط القوة والضعف والعمل على معالجتها تمكن المراقبة الرقمية المستمرة الشركات من اكتشاف أي نقاط ضعف في خدماتها، والعمل على معالجتها بشكل سريع وفعال، مما يساعد في الحفاظ على سمعة الشركة.

توفر أنظمة المراقبة الرقمية للعلاقات العامة بما يمكنه من سرعة الرد واتخاذ الإجراءات المناسبة: تساهم أنظمة المراقبة الرقمية في تسهيل عمل فريق العلاقات العامة، مما يمكنها من الاستجابة السريعة لأي تعليق سلبي على منصات الإنترنت مساعدة الشركات في تحديد الفجوات والثغرات ذات الصلة بالخدمات والمنتجات والعلاقات من خلال المراجعة المستمرة للتعليقات عبر المنصات الرقمية، تستطيع الشركات تحديد الفجوات في خدماتها وتحسينها بما يتماشى مع احتياجات العملاء.

أبعاد السمعة الرقمية للشركات..

التواجد على منصات التواصل الاجتماعي :

لأساسية أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، من الأدوات الأساء التي تتيح للشركات التفاعل المباشر مع جمهورها من خلال هذه المنصات، يمكن للشركة نشر

التحديثات، والرد على الاستفسارات ومشاركة الأخبار، وحتى الانخراط في المحادثات التي: تدور حول علامتها التجارية. فالتفاعل الفعال والردود السريعة والمهنية على هذه المنصت تسهم بشكل كبير في تشكيل سمعة الشركة، ويزيد من فرص بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء والمستخدمين. كما أن الاستجابة المناسبة للتعليقات السلبية أو الانتقادات، وتقديم محتوى مفيد ومؤثر، يمكن أن يسهم في تحسين السمعة الرقمية للشركة الاستجابة للأزمات الرقمية في ظل التوسع الرقمي السريع وانتشار الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت، قد تقابل المؤسسات أزمات رقمية من خلال تسريبات للمعلومات أو هجمات إلكترونية أو حتى حتى انتقادات أو شائعات قد تضر بسمعتها، فالاستجابة السريعة والفعالة للأزمات الرقمية تتطلب وجود خطة طوارئ من أن الشركة ترد بشكل مهني، وتحافظ وتحافظ على نراه محكمة تضمن ذلك التفاعل مع : راهتها وشفاء شفافيتها أمام أمام جمهورها. ويشمل المتضررين، وتوضيح الحقائق، وإظهار التزام الشركة ركة بحل المشكلة بشكل سريع. فالطريقة التي تدير بها الشركة الأزمات الرقمية أثرت بشكل هائل على كيفية رؤية الجمهور لها، إذ يمكن أن ن ت تسهم الاستجابة الرشيدة في تقوية السمعة الرقمية، بينما قد تساهم الاستجابة السيئة في تدمير هذه السمعة ٢٠٢٢ السمعة

ما سبق يتضح أنه في ظل الوتيرة المتسارعة للتطور التكنولوجي وانتشار التحول الرقمي في مختلف القطاعات الاقتصادية، تواجه الشركات تحديات متزايدة تتصل بالأزمات الرقمية التي تؤثر بصورة مباشرة على أدائها المالي؛ إذ لم تعد هذه الأزمات التي تتضمن الهجمات السيبرانية وتعطل العمليات الإلكترونية وفقدان لدان البيانات والقطاعات الشبكات مجرد مخاطر تقنية تقليدية، بل أصبحت تمثل عوامل مؤثر مؤثرة حاسمة

اسمة على الاستقرار المالي وربحية المؤسسات. ومن هذا المنطلق يستلزم تقييم تأثير هذه الأزمات على الأداء المالي وإجراء تحليلات متعمقة حول آليات استجابة المؤسسات وقدرتها على التكيف والتعافي من آثار الصدمات الرقمية

العلاقة بين السمعة الرقمية للشركة والأداء المالي ومستوى الإفصاح عن الاستدامة تعتبر السمعة الرقمية في عنصر حيوي في العصر الحديث، حيث تمثل صورة الشركة على

الإنترنت وتأثيرها على العملاء والمستثمرين والجمهور بشكل عام وتؤثر السمعة الرقمية بشكل مباشر على قدرة الشركة في جذب الاستثمارات، وزيادة ولاء العملاء، وتحقيق النمو المالي المستدام من خلال التواصل عبر منصات الإنترنت والتفاعل مع الجمهور، حيث يمكن للشركات تصنيف سمعتها. من خلال التواصل عمر الرقية وتحقيق نتائج مالية إيجابية

السمعة الرقمية وتأثيرها على الأداء المالي:

تعتبر السمعة الرقمية أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في قرارات الاستثمار واختيار السلام فعندما تتمتع الشركة بسمعة رقمية جيدة، فإن ذلك يعزز الثقة بها ويجذب الاستثمارات، مما

زيد من قيمة الأسهم ويحسن العوائد المالية على المدى الطويل. إن السمعة الرقمية القوية تؤدي أيضا إلى تعزيز الولاء للعلامة التجارية وزيادة المبيعات، كما يمكن أن تسهم في خفض تكاليف التسويق من خلال التفاعل الإيجابي مع العملاء على منصات وسائل التواصل الاجتماعي والمراجعات عبر الإنترنت في المقابل، السمعة الرقمية السلبية قد تؤدي إلى انخفاض الثقة في الشركة، مما يؤثر سلبا على مبيعاتها وأرباحها.

وتشير الدراسات إلى أن الشركات التي تتمتع بمستوى عالي من الإفصاح عن الاستدامة تتمتع بسمعة رقمية أفضل ذلك لأن المستثمرين والعملاء يفضلون الشركات التي تلتزم بممارسات استدامة واضحة، مما ينعكس إيجابا على صورتها الرقمية في الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. فعندما تكون هذه الشركات ذات شفافية في ممارساتها، فإن ذلك يعزز الثقة بها ويزيد من دعم المجتمع لها، مما يساهم في تحسين أدائها المالي

الدور المعدل المستوى الإفصاح عن الاستدامة السمعة الرقمية:

الإفصاح عن الاستدامة هو عملية تقوم من خلالها الشركات بإعلام الجمهور والمستثمرين بسياساتها وممارساتها المتعلقة بالاستدامة، والتي تشمل الجوانب البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات (ESG)، ويشير مستوى الإفصاح عن الاستدامة إلى درجة الشفافية التي تعتمد عليها الشركة في تقديم هذه المعلومات، ومدى التزامها بتنفيذ ممارسات مسؤولية تعزز من استجابتها للتحديات البيئية.

دور الإفصاح عن الاستدامة في تعزيز السمعة الرقمية...

تحسين الشفافية والمصادقية: إن الشركات التي تلتزم بالإفصاح ذات الشفافية عن استدامتها تظهر التزامها بممارسات مسؤولة، وهو ما يعزز مصداقيتها في أعين الجمهور والمستثمرين. وهذا يساهم في بناء سمعة رقمية قوية تدعم الثقة في الشركة.

زيادة الاستثمارات إن الشركات التي تلتزم بالإفصاح عن ممارساتها الاستدامة تستقطب المستثمرين المهتمين بالاستثمار في الشركات المسؤولة اجتماعيا وبيئيا. إن الاستثمار في هذه الشركات يؤدي إلى زيادة رأس المال، مما يساهم في تحسين الأداء المالي..

تعزيز الولاء للعملاء عندما تظهر الشركات التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية، فإنها تجذب العملاء الذين يفضلون التعامل مع العلامات التجارية التي تساهم في التنمية المستدامة.

التواجد على منصات التواصل الاجتماعي:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، من الأدوات الأساسية

التي تتيح للشركات التفاعل المباشر مع جمهورها من خلال هذه المنصات، يمكن للشركة نشر التحديثات، والرد على الاستفسارات ومشاركة الأخبار، وحتى الانخراط في المحادثات التي تدور حول علامتها التجارية. فالتفاعل الفعال والردود السريعة والمهنية على هذه المنصات تسهم بشكل كبير في تشكيل سمعة الشركة، ويزيد من فرص بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء والمستخدمين. كما أن الاستجابة المناسبة للتعليقات السلبية أو الانتقادات، وتقديم محتوى مفيد ومؤثر، يمكن أن يسهم في تحسين السمعة الرقمية للشركة.

الاستجابة للأزمات الرقمية:

في ظل التوسع الرقمي السريع وانتشار الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت، قد تقابل المؤسسات أزمات رقمية من خلال تسريبات للمعلومات أو هجمات إلكترونية أو حتى انتقادات أو شائعات قد تضر بسمعتها، فالاستجابة السريعة والفعالة للأزمات الرقمية تتطلب وجود خطة طوارئ محكمة تضمن أن الشركة ترد بشكل مهني، وتحافظ على نزاهتها وشفافيتها أمام جمهورها. ويشمل ذلك التفاعل مع العملاء المتضررين، وتوضيح الحقائق، وإظهار التزام الشركة بحل المشكلة بشكل سريع. فالطريقة التي تدير بها الشركة الأزمات الرقمية أثرت بشكل هائل على كيفية رؤية الجمهور لها، إذ يمكن أن تسهم الاستجابة الرشيدة في تقوية السمعة الرقمية، بينما قد تساهم الاستجابة السيئة في تدمير هذه السمعة

مما سبق يتضح أنه في ظل الوتيرة المتسارعة للتطور التكنولوجي وانتشار التحول الرقمي في مختلف القطاعات الاقتصادية، تواجه الشركات تحديات متزايدة تتصل بالأزمات الرقمية التي تؤثر بصورة مباشرة على أدائها المالي؛ إذ لم تعد هذه الأزمات التي تتضمن الهجمات السيبرانية وتعطل العمليات الإلكترونية وفقدان البيانات والقطاعات الشبكات، مجرد مخاطر تقنية تقليدية، بل أصبحت تمثل عوامل مؤثرة حاسمة على الاستقرار المالي وربحية المؤسسات.

ومن هذا المنطلق، يستلزم تقييم تأثير هذه الأزمات على الأداء المالي وإجراء تحليلات متعمقة حول آليات استجابة المؤسسات وقدرتها على التكيف والتعافي من آثار الصدمات الرقمية.

دعم الابتكار التكنولوجي وزيادة الكفاءة التشغيلية: إن تحسين الأداء المالي يتيح لها الاستثمار في البحث والتطوير، مما يؤدي إلى تعزيز الابتكار التكنولوجي وزيادة الكفاءة التشغيلية. كما أن الشركات التي تحقق أرباحاً قوية تكون أكثر قدرة على الاستثمار في التقنيات الذكية، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، مما يساعد في تحسين إدارة الموارد وتقليل التكاليف التشغيلية.

كما أن تبني استراتيجيات التصنيع الرشيق يؤدي إلى تحسين الأداء المالي من خلال زيادة الإنتاجية وتقليل الفاقد.

تحسين القدرة التنافسية وزيادة الحصة السوقية: يساهم تحسين الأداء المالي في زيادة القدرة التنافسية، حيث يمكنها من تقديم منتجات وخدمات بأسعار تنافسية دون التأثير على هوامش الربح. ووفقاً لدراسة، فإن الشركات التي تتمتع بوضع مالي قوي تكون أكثر قدرة على التوسع في الأسواق الجديدة، مما يساعدها على زيادة حصتها السوقية وتعزيز مكانتها في، كما بينت دراسة أن الشركات التي تعتمد على استراتيجيات التحسين المالي تكون أكثر قدرة على تقديم عروض تنافسية للعملاء، مما يزيد من فرصها في توقيع عقود طويلة الأجل مع الحكومات والمؤسسات الكبرى.

وفي نفس السياق، توضح دراسة أن مستوى نضج تطبيق التصنيع الرشيق يؤثر بشكل مباشر على الأداء المالي والقدرة التنافسية للشركات. فالشركات التي تصل إلى مستويات متقدمة من الكفاءة التشغيلية تكون أكثر قدرة على تقديم حلول مبتكرة بتكلفة أقل، مما يعزز فرصها في تحقيق أرباح مستدامة. ومن ناحية أخرى، نجد أن تحسين الأداء المالي يُساعد الشركات على بناء علاقات قوية مع الموردين والعملاء، مما يعزز ثقة السوق ويزيد من فرص النمو على المدى الطويل.

العلاقة بين السمعة الرقمية للشركة والاداء المالي ومستوى الإفصاح عن الاستدامة

تعتبر السمعة الرقمية هي عنصر حيوي في العصر الحديث، حيث تمثل صورة الشركة على الإنترنت وتأثيرها على العملاء والمستثمرين والجمهور بشكل عام. وتؤثر السمعة الرقمية بشكل مباشر على قدرة الشركة في جذب الاستثمارات، وزيادة ولاء العملاء، وتحقيق النمو المالي المستدام من خلال التواصل عبر منصات الإنترنت والتفاعل مع الجمهور، حيث يمكن للشركات تحسين سمعتها الرقمية وتحقيق نتائج مالية إيجابية.

السمعة الرقمية وتأثيرها على الأداء المالي:

تعتبر السمعة الرقمية أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في قرارات الاستثمار واختيار العملاء. فعندما تتمتع الشركة بسمعة رقمية جيدة، فإن ذلك يعزز الثقة بها ويجنب الاستثمارات.

دور الإفصاح عن الاستدامة في تعزيز السمعة الرقمية:

تحسين الشفافية والمصادقية: إن الشركات التي تلتزم بالإفصاح ذات الشفافية عن استدامتها تظهر التزامها بممارسات مسؤولة، وهو ما يعزز مصداقيتها في أعين الجمهور والمستثمرين. وهذا يساهم في بناء سمعة رقمية قوية تدعم الثقة في الشركة.

زيادة الاستثمارات: إن الشركات التي تلتزم بالإفصاح عن ممارساتها الاستدامة تستقطب المستثمرين المهتمين بالاستثمار في الشركات المسؤولة اجتماعيًا وبيئيًا. إن الاستثمار في هذه الشركات يؤدي إلى زيادة رأس المال، مما يساهم في تحسين الأداء المالي.

تعزير الولاء للعملاء عندما تظهر الشركات التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية، فإنها تجذب العملاء الذين يفضلون التعامل مع العلامات التجارية التي تساهم في التنمية المستدامة، مما يعزز ولائهم وزيادة المبيعات

التحكم في السمعة الرقمية السلبية: وذلك من خلال الإفصاح عن استدامتها، فيمكن للشركات أن تقلل من تأثير السلبيات المحتملة التي قد تظهر على الإنترنت مثل الانتقادات أو الشكاوى حول ممارساتها غير المسؤولة، أن تحافظ على سمعتها الرقمية الإيجابية.

مما سبق يتضح للباحثة أن السمعة الرقمية تعتبر عاملاً محورياً في تحقيق الأداء المالي المستدام للشركات في العصر الرقمي، فالسمعة الرقمية لا تقتصر على تسويق العلامة التجارية بل هي نتاج تفاعل مستمر مع الجمهور عبر منصات الإنترنت فالشركات التي تتمتع بسمعة رقمية.

دور السمعة الرقمية في بناء الثقة بين العميل والعلامة التجارية

تلعب السمعة الرقمية دوراً محورياً في تشكيل الانطباع الأول لدى العميل تجاه العلامة التجارية فعندما يجد الزائر محتوى إيجابياً وتفاعلاً محترفاً عبر الإنترنت، يشعر بالثقة تجاه التعامل مع المتجر أو الشركة. هذه السمعة لا تُبنى في يوم، بل تتشكل من كل ظهور رقمي وكل تفاعل.

تُعد تقييمات العملاء من أبرز العوامل التي تؤثر على قرار الشراء، إذ يعتمد كثير من المتسوقين عليها كمصدر موثوق لتجربة المنتج أو الخدمة. كل تقييم إيجابي يضفي قيمة لصورة العلامة التجارية، بينما التقييمات السلبية غير المعالجة قد تُحدث أثراً عكسياً. لذلك، متابعتها والرد عليها أمر بالغ الأهمية.

تشكل ردود فعل العملاء قاعدة بيانات حقيقية لقياس رضا الجمهور وفهم احتياجاته بشكل مباشر. سواء كانت هذه الردود في شكل تعليقات، مراجعات أو استفسارات، فهي تُمكن العلامة التجارية من تطوير خدماتها. التعامل الذكي مع هذه الردود تقوي العلاقة بين الطرفين ويقوي الثقة على المدى الطويل.

كيف ترتبط السمعة الرقمية بنجاح استراتيجيات التسويق الرقمي؟

لا يمكن فصل السمعة الرقمية عن نجاح أي حملة تسويق رقمي، فهي تمثل الانطباع العام الذي يتكوّن لدى الجمهور قبل التفاعل مع العلامة التجارية. كل محتوى ترويجي، إعلان أو منشور يُقابل بتقييم مبني على سمعتك السابقة ولهذا، تسويق قوي بدون سمعة رقمية جيدة غالباً لا يحقق النتائج المرجوة.

تُعد إدارة السمعة جزءاً أساسياً من استراتيجيات التسويق الناجحة، حيث تضمن ظهور العلامة التجارية بصورة إيجابية ومتزنة من خلال مراقبة المنصات الرقمية والاستجابة الذكية للتعليقات، يتم توجيه الانطباعات بما يخدم أهداف التسويق.

تلعب السمعة الرقمية دوراً مباشراً في تقييم الأعمال، سواء من قبل العملاء أو الشركاء المحتملين أو حتى محركات البحث. العلامات التجارية التي تحظى بتقييمات عالية وثقة مجتمعية تُعتبر أكثر قابلية للنجاح في حملاتها التسويقية لذلك، استثمار الوقت في إدارة السمعة تعزز من تأثير التسويق الرقمي بفعالية أكبر.

أبرز الأدوات التي تساعد في مراقبة وتحليل السمعة على الإنترنت

في عصر الإنترنت، أصبحت متابعة ما يُقال عن علامتك التجارية ضرورة لا يمكن تجاهلها. فكل منشور، مراجعة أو تعليق يمكن أن يؤثر على السمعة الرقمية سلبيًا أو إيجابيًا. لذلك، ظهرت أدوات فعّالة تساعد في مراقبة وتحليل التفاعل وتقديم صورة واضحة لما يشعر به جمهورك.

تُعد Google Alerts أداة بسيطة لكنها فعّالة في تتبع الإشارات المتعلقة بـ اسم العلامة التجارية عبر الإنترنت. تساعدك في معرفة أي محتوى جديد قد يؤثر على السمعة الرقمية بمجرد ذكر اسمك أو منتجك في مقال أو تعليق، يتم تنبيهك فورًا.

Trustpilot لرصد تقييمات العملاء

من أشهر المنصات التي تسمح بجمع وتحليل تقييمات العملاء بشكل منظم وسهل العرض يمكنك من خلالها معرفة ما إذا كانت التقييمات إيجابية أم تحتاج إلى تحسين كما تمنحك فرصة الرد على العملاء وتعزيز ثقتهم عبر تعامل احترافي وشفاف.

Mention لتتبع ردود فعل العملاء في الوقت الفعلي

أداة Mention تتيح لك مراقبة كل ما يُقال عن علامتك على مواقع التواصل والمدونات والأخبار يمكنك من خلالها تحليل ردود فعل العملاء بدقة، والتفاعل مع أي تعليق سلبي أو إيجابي بسرعة. هذا التفاعل الفوري يمنحك فرصة لحماية وتعزيز صورتك الرقمية بشكل مستمر.

تأثير تقييمات العملاء على قرارات الشراء الفورية والمستقبلية

تلعب تقييمات العملاء دورًا حاسمًا في اتخاذ القرار الشرائي، حيث يعتمد المستهلك بشكل كبير على تجارب الآخرين قبل الشراء. المراجعات الإيجابية تعزز ثقة العميل وتدفعه لاتخاذ قرار فوري أما التقييمات السلبية، فقد تجعله يتراجع أو يبحث عن بديل أكثر موثوقية.

السمعة الرقمية المبنية على آراء العملاء ومراجعاتهم تشكّل رصيدًا طويل الأمد للعلامة التجارية. فحتى القرارات الشرائية المستقبلية تتأثر بالصورة الذهنية المتراكمة من التجارب السابقة. الحفاظ على تقييمات عالية ومستقرة هو استثمار دائم في ولاء العملاء واستمرارية المبيعات.

من خلال متابعة ردود فعل العملاء بانتظام، يمكن فهم احتياجات السوق وتصحيح الأخطاء قبل أن تتضخم. الرد الفوري والاحترافي على الملاحظات يُظهر اهتمامًا حقيقيًا ويبني علاقة قوية مع الجمهور. هذا النوع من التفاعل ينعكس بشكل إيجابي على قرارات الشراء المستقبلية وثقة المستهلك.

استراتيجيات استباقية لحماية سمعتك الرقمية قبل حدوث الأزمات

في عصر الانفتاح الرقمي، أصبحت الوقاية خير من العلاج فيما يخص السمعة الرقمية للعلامات التجارية الأزمات قد تحدث فجأة، لكن الاستعداد لها بخطوات استباقية يمكن أن يقلل تأثيرها ويمنع تصاعدها. وهنا تأتي أهمية تطبيق استراتيجيات فعّالة في إدارة السمعة قبل أي مشكلة محتملة.

إنشاء محتوى إيجابي بشكل مستمر

نشر محتوى موثوق ومفيد يساعد في بناء سمعة رقمية قوية تعكس قيم علامتك التجارية. كل مقال، منشور أو قصة نجاح تساهم في ترسيخ صورة إيجابية في أذهان الجمهور. هذا التراكم الإيجابي يصبح درعًا في مواجهة أي هجوم أو أزمة مفاجئة.

مراقبة السمعة بشكل يومي وتحليل الانطباعات

جزء أساسي من إدارة السمعة هو المتابعة اليومية لما يُقال عنك عبر الإنترنت. استخدام أدوات مراقبة السمعة يساعدك في اكتشاف أي إشارات سلبية قبل أن تتحول إلى أزمة. التفاعل السريع مع الانطباعات يبني جسر ثقة بينك وبين جمهورك.

تشجيع العملاء على التقييم وتقديم الملاحظات

طلب تقييم الأعمال بشكل استباقي يعكس ثقة العلامة بنفسها وحرصها على التطور والتقييمات الإيجابية تعزز الصورة العامة، بينما الملاحظات تمنحك فرصة للتحسين قبل حدوث مشكلات أكبر. التواصل الدائم مع العملاء يخلق بيئة من الشفافية تقلل من احتمالية الأزمات

مؤشرات تدل على قوة السمعة الرقمية

يمكن قياس نجاح إدارة السمعة الرقمية من خلال:

- زيادة التقييمات الإيجابية.
- ارتفاع معدل التفاعل.
- نمو التغطية الإعلامية الإيجابية.
- تحسن نتائج البحث.
- انخفاض الشكاوى والأزمات.
- زيادة ثقة العملاء والشركاء.
- مستقبل إدارة السمعة الرقمية

في السنوات القادمة ستعتمد إدارة السمعة بشكل أكبر على:

- الذكاء الاصطناعي.
- التحليلات التنبؤية.
- الرصد الإعلامي اللحظي.
- أتمتة التقارير والتنبيهات.
- تحليل المحتوى المرئي والصوتي.
- وستتمكن المؤسسات من اكتشاف المخاطر مبكراً واتخاذ إجراءات استباقية قبل أن تؤثر على صورتها العامة.

الخاتمة ...

السمعة الرقمية هي الأثر والانطباع الذي يتركه الفرد أو المؤسسة عبر الإنترنت. تتطلب حمايتها إدارة استراتيجية للوجود الرقمي، حيث أصبح البصمة الإلكترونية اليوم معياراً أساسياً للثقة، والتقييم، والنجاح المهني والمالي في مختلف القطاعات والمجتمعات. ختاماً، لم تعد السمعة الرقمية مجرد رفاهية أو خيار إضافي، بل هي أصل استراتيجي وضرورة حتمية للأفراد والمؤسسات على حد سواء في عصر الرقمنة. إن ما نبنيه وننشره اليوم من محتوى وتفاعلات يظل راسخاً في الفضاء الإلكتروني، ويحدد بشكل مباشر مستوى الثقة والمصداقية التي يمنحنا إياها الجمهور وأصحاب العمل. لذا، يجب علينا جميعاً أن نكون حذرين وواعين بمسؤولياتنا الرقمية، والحرص على بناء صورة إيجابية تتسم بالشفافية والمصداقية. الحفاظ على سمعة طيبة عبر الإنترنت يتطلب تخطيطاً مستمراً، وتعاملاً ذكياً مع ما يُنشر عنا، وتوظيفاً إيجابياً للتقنية لتعزيز النجاح على المدى الطويل.

توصيات ومقترحات الدراسة:

إدارة سمعة مؤسسات التعليم العالي تتطلب استراتيجية شاملة تشمل العديد من الجوانب. إليك بعض الخطوات التي يمكن اتخاذها لإدارة سمعة هذه المؤسسات:

- التركيز على الجودة التعليمية: يجب أن تكون المؤسسة ملتزمة بتقديم تعليم عالي الجودة ومواكبة أحدث المعايير والتطورات في مجال التعليم والبحث العلمي.
- الاتصال الفعال: يجب على المؤسسة التواصل بشكل فعال مع الطلاب وأولياء الأمور والمجتمع المحلي ووسائل الإعلام. يمكن أن يشمل ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتنظيم فعاليات تفاعلية.
- إدارة الأزمات: يجب أن تكون المؤسسة مستعدة لإدارة الأزمات بشكل فعال سواء كانت هذه الأزمات تتعلق بالسلامة أو الاتهامات أو الأحداث غير المتوقعة الأخرى.
- بناء العلاقات الإيجابية: يجب على المؤسسة بناء علاقات إيجابية مع الجهات المعنية، مثل أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب وأولياء الأمور والشركات والحكومة والمجتمع المحلي.
- التفاعل مع المجتمع: يمكن للمؤسسة الاستفادة من التفاعل الإيجابي مع المجتمع المحلي من خلال تقديم الخدمات المجتمعية والمشاركة في مشاريع تنمية اجتماعية.
- رصد السمعة والتقييم المستمر: يجب على المؤسسة رصد سمعتها باستمرار وتقييم كيفية استجابة الجمهور والمجتمع لها، واتخاذ التدابير اللازمة لتحسين السمعة إذا لزم الأمر.
- الشفافية والنزاهة: يجب أن تكون المؤسسة شفافة ونزيهة في كل جوانب عملها، ويجب أن يتم تعزيز ذلك من خلال الإفصاح عن المعلومات بشكل صريح وموثوق به.
- استخدام التقنية بشكل فعال: يمكن استخدام التقنية لتحسين تجربة الطلاب وتسهيل التواصل وتعزيز السمعة عبر الإنترنت.
- تقديم الدعم للطلاب والموظفين: يجب على المؤسسة تقديم الدعم والمساعدة للطلاب والموظفين لضمان نجاحهم وسعادتهم، مما يساهم في بناء سمعة إيجابية.
- التعامل مع التغييرات بحكمة: يجب أن تكون المؤسسة قادرة على التكيف مع التغييرات في البيئة التعليمية والاجتماعية بحكمة، واتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تعزز سمعتها.

وباختصار فإن إدارة سمعة مؤسسات التعليم العالي تتطلب جهوداً مستمرة لتحسين الجودة والاتصال والشفافية ودعم الجمهور المستهدف، بالإضافة إلى القدرة على التكيف مع التحديات والتغييرات في البيئة المحيطة، وكذلك مع استخدام هذه الإجراءات والاهتمام الدائم بالتواصل الرقمي بشكل فعال، يمكن للمؤسسات التعليمية العالي بناء وإدارة سمعة إيجابية على المنصات الرقمية الخاصة بها، وتعزيز الثقة بين أعضاء المجتمع الجامعي وخارجها على النموذج أسفل النموذج

النتائج..

كشفت النتائج أن ٦٨.٣% من الطلاب عينة الدراسة أوضحوا أنهم راضون إلى حد ما عما يتم نشره في المنصات الرقمية للجامعة في تفضيلهم الدراسة الجامعة الملك عبد العزيز بدرجة كبيرة جدا، في حين أن ٢٩.٠٢% أوضحوا أن راضون جدا عما يتم نشره بتلك المنصات.

تعددت أسباب عدم الرضا عن المنصات الرقمية للجامعة، واختلاف درجة الموافقة عليها من قبل الطلاب عينة الدراسة، فجاء عدم الموافقة على عدم تحديث المعلومات والأخبار بصورة مستمرة بنسبة ٩٩.٠٥%، في حين جاء عدم الموافقة على عدم إتاحة الفرصة لإبداء الرأي بنسبة ٦١.٣، أما العوامل التالية فقد جاءت بنسبة قليلة جدا والتي تمثلت في صعوبة الوصول للمعلومات التأخر في عرض المعلومات والبيانات الدراسية، عدم اهتمام الجامعة بما يتقدم من مقترحات من قبل الطلاب

أوضحت نتائج الجدول السابق أن ٧٠.٠٨% من عينة الدراسة أظهروا تأكيدهم بدرجة كبيرة على مدى إتاحة الفرصة بإبداء رأيهم، في حين أوضحت نسبة ٢٧.٠٢% من إجمالي عينة الدراسة أنهم يؤكدون على إتاحة الفرصة لهم إلى حد ما، أما نسبة ٢% كانت من نصيب عدم تأكيد ذلك. تعددت أشكال تفاعل (نشاط) أفراد العينة مع ما يقدم عبر المنصات الرقمية للجامعة، حيث تبين أن من يقدمون بعض الآراء والتحليلات الخاصة حول كل ما يتعرضون له جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٦.٠٧، واقترب منها إعادة النشر لبعض عناوين المنصات الرقمية للجامعة حيث جاءت في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٣.٠٠، بينما جاء في المرتبة الثالثة والرابعة بأوزان نسبية متقاربة بلغت ٨١.٠٧ ٨١.٠٠ كل من إضافة فيديوهات وتعليقات وصور أو تحميلها وتبادلها ، وأقوم بالتعليق على آراء الآخرين، وجاء أتناقش مع زملائي في كل ما يتم عرضه عبر منصات الجامعة في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي ٨٠.٠٧

أوضحت الدراسة رأى أفراد العينة في الأسباب التي ترى من خلالها أن الجامعة تهتم بسمعتها لدى طلابها، فأوضح أغلبهم أن تلك المنصات تعرض أخبار عن الطلاب المتميزين بنسبة ٦٤.٠٨، واقتربت منها نسبة تعرض مشاركتها المجتمعية والاستشارية مع المجتمع، والتي جاءت بنسبة ٦٣.٠٨.

وقلة المعلومات المتاحة بالمنصات الرقمية الخاصة بالجامعة وعدم من حيث المقترحات التي تساعد على تكوين سمعة إيجابية لجامعة الملك عبد العزيز عبر منصاتها الرقمية، تمثلت في المصداقية والشفافية في تقديم الأخبار التي تخص الطلبة التركيز على الدعم الإيجابي النفسي والاجتماعي للطلبة، تعزيز التواصل مع الطلبة السرعة في معالجة مشكلات الطلبة الاهتمام بتعليقات وآراء الطلبة التصميم المتميز للمنصات الرقمية التحديث

المراجع

- عبد العال، حنان موسي (٢٨٨)، الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لبناء سمعة المنشأة بعد الأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة على شركة للتنمية والبيئة في الوطن العربي مركز الدراسات والبحوث البيئية جامعة أسيوط .
- عباس زياد علي وسعيد هديل كاظم القيادة الاستراتيجية وتأثيرها في تحقيقي السمعة التنظيمية بحث تحليلي في بعض دوائر وزارة الإسكان والأعمار المولة مركزية
- مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية عمير عراك وصالح الدين احمد، انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمات دراسة استطلاعية العينة من المصارف.
- هاشم نهلة عبد القادر هلال محمد سعيد الكلش محمد ناصر، دراسة نظرية العمليات إدارة سمعة الجامعات المعاصرة في ضوء بعض نماذج السمعة التنظيميات.
- ، عبد العزيز، مروة محمد انور. إدارة السمعة مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المؤسسات.، المجلة التربوية التعليم الكبار، معا.
- التالي. محمد، الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية دراسة استطلاعية الآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس المعاهد التقنية مجلة القادسية للعلوم.
- عبد الله. محمد. نور السمعة الرقمية ودورها بالشركات من وجهة نظر إطارات المؤسسة العامة.