

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
تخصص إدارة الأعمال

دور الاستدامة المؤسسية في تعزيز السمعة التنظيمية للشركات:
دراسة ميدانية على الشركات السعودية
أسم الطالب

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1.	<u>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</u> 3
1.1.	<u>المقدمة:</u> 4
1.2.	<u>مشكلة الدراسة</u> 4
1.2.1.	<u>فجوات على المستوى النظري</u> 5
1.2.2.	<u>فجوات على المستوى التطبيقي</u> 6
1.3.	<u>أهمية الدراسة</u> 7
1.3.1.	<u>على المستوى النظري:</u> 7
1.3.2.	<u>على المستوى التطبيقي:</u> 7
1.4.	<u>أسئلة الدراسة</u> 8
1.5.	<u>أهداف الدراسة</u> 9
1.6.	<u>فرضيات الدراسة</u> 10
1.7.	<u>نموذج الدراسة</u> 11
1.8.	<u>منهجية الدراسة</u> 12
1.9.	<u>الدراسة الميدانية</u> 13
1.10.	<u>مخطط المشروع المقترح</u> 14
2.	<u>الفصل الثاني: الدراسات السابقة</u>
17.	
2.1.	<u>المقدمة:</u> 18
2.2.	<u>المتغير المستقل</u> 18
2.3.	<u>المتغير التابع</u> 18
2.4.	<u>العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع</u> 18
2.5.	<u>الخاتمة</u> 19
19.	<u>قائمة المراجع</u>

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تُعدُّ الاستدامة المؤسسية من المفاهيم الحديثة التي اكتسبت اهتماماً واسعاً في العقود الأخيرة، نظراً لدورها المحوري في تعزيز استمرارية المنظمات وتحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وقد أصبحت المؤسسات المعاصرة تواجه ضغوطاً متزايدة من المجتمع والمستثمرين وصانعي القرار لتبني ممارسات مستدامة تُظهر مسؤوليتها تجاه البيئة والمجتمع، بما يسهم في بناء صورة إيجابية عنها في بيئتها الداخلية والخارجية، وأن التحول نحو الاستدامة لم يعد خياراً تكميلياً بل أصبح استراتيجية تنافسية تمكن الشركات من تحقيق تميز مستدام على المدى الطويل (بدوي وآخرون، 2024).

وفي ضوء تزايد التحديات البيئية والاجتماعية، اتجهت العديد من الشركات حول العالم، ومن بينها الشركات السعودية، إلى دمج مبادئ الاستدامة ضمن سياساتها التشغيلية والإدارية، تماشياً مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي تؤكد على تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للقطاعين العام والخاص، وهذا التوجه يعكس إدراكاً متزايداً بأن السمعة التنظيمية أصبحت أحد أهم الأصول غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسات المعاصرة، إذ تمثل رأس مال معنوي يؤثر على ولاء العملاء وثقة المستثمرين وجاذبية الكفاءات البشرية (عبدالعال والهنداوي، 2024).

وقد تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين ممارسات الاستدامة المؤسسية وبناء السمعة التنظيمية، وأشارت إلى أن تطبيق مبادئ الحوكمة البيئية والاجتماعية يسهم في تحسين صورة المؤسسة وإبراز التزامها بالقيم الأخلاقية والمسؤولية المجتمعية (Yan et al., 2022)، كما أوضحت أبحاث أخرى أن القيادة التحويلية والتدريب المؤسسي يمثلان وسيلتين فعاليتين لدعم هذا الاتجاه، من خلال تحفيز العاملين على تبني ممارسات مسؤولة تترجم رؤية المؤسسة في الاستدامة إلى سلوك فعلي يعزز مكانتها في السوق (السلمي وشعبي، 2024).

و ركزت غالباً على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والسمعة التنظيمية دون التعمق في تحليل دور الاستدامة المؤسسية بأبعادها المتكاملة (الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية) في هذا السياق، خاصة في البيئة السعودية التي تشهد تحولاً اقتصادياً جذرياً، وهذا يبرز وجود فجوة بحثية تستدعي دراسة أثر تبني ممارسات الاستدامة المؤسسية بشكل شامل على السمعة التنظيمية في الشركات السعودية.

من هنا تنبع أهمية الدراسة الحالية، التي تسعى إلى تحليل الدور الذي تؤديه الاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة في تعزيز السمعة التنظيمية للشركات السعودية، بما يقدم إطاراً علمياً وتطبيقياً يسهم في دعم استراتيجيات الاستدامة ويعزز من تنافسية المؤسسات محلياً وعالمياً.

1.2. مشكلة الدراسة

تسعى المؤسسات في العصر الحديث إلى بناء سمعة تنظيمية قوية تُعد من أهم ركائز بقائها واستمرارها في بيئة تنافسية تتسم بالتغير السريع والتحديات المتزايدة. فالسمعة الإيجابية تمثل رأس مال استراتيجي يسهم في تعزيز ثقة العملاء والمستثمرين والعاملين، كما تشكل عنصراً حاسماً في قدرة المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. وفي المقابل، تواجه الشركات تحديات متزايدة تتعلق بتطبيق مبادئ الاستدامة المؤسسية التي تُعدّ من أكثر المفاهيم تأثيراً على السمعة التنظيمية في ظل التحولات العالمية نحو الاقتصاد الأخضر والمسؤولية الاجتماعية (Siyal et al., 2022).

ورغم ما تبذله الشركات السعودية من جهود لتفعيل الاستدامة ضمن استراتيجياتها، فإن نتائج هذه الجهود على مستوى تحسين السمعة التنظيمية لا تزال غير واضحة أو متفاوتة بين القطاعات، مما يستدعي دراسة علمية معمقة لتحديد أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة في دعم السمعة التنظيمية للشركات السعودية (بدوي وآخرون، 2024).

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تشير المراجعة النظرية إلى وجود عدد من الفجوات التي تحدّ من تكوين تصور علمي متكامل للعلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، من أبرزها:

أغلب الدراسات السابقة ركزت على المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بوصفها محدداً للسمعة، دون التوسع في مفهوم الاستدامة المؤسسية كإطار أشمل يدمج الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية معاً (Yan et al., 2022).

قصور في الدراسات التي تناولت الاستدامة المؤسسية كمتغير مستقل وتأثيرها المباشر في السمعة التنظيمية، إذ تناولت معظم البحوث العلاقة بصورة غير مباشرة أو عبر متغيرات وسيطة مثل القيادة أو الابتكار (محمود وعبد الوهاب، 2024).

ندرة النماذج النظرية التي تدمج بين مفاهيم السمعة، والمسؤولية الاجتماعية، والاستدامة المؤسسية ضمن إطار متكامل يفسر آلية تأثير ممارسات الاستدامة على تكوين السمعة في المؤسسات العربية والخليجية.

غياب المقاربات المقارنة التي توضح الاختلاف في تأثير الاستدامة المؤسسية على السمعة التنظيمية بين القطاعات (الصناعي، الخدمي، التعليمي، الصحي)، مما يحد من إمكانية تعميم النتائج النظرية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على الصعيد التطبيقي، تظهر الممارسات الواقعية للشركات السعودية عدداً من الفجوات التي تستدعي الدراسة:

رغم إدراج مبادئ الاستدامة في رؤية المملكة 2030، إلا أن تطبيقها ما يزال متفاوتاً بين الشركات من حيث العمق والاستمرارية، مما يُضعف من أثرها في بناء السمعة التنظيمية.

تفتقر العديد من المؤسسات إلى آليات قياس دقيقة لتأثير مبادراتها الاستدامة على صورتها الذهنية وسمعتها بين العملاء والمجتمع المحلي (حمدي، 2025).

لا تزال ممارسات الاستدامة المؤسسية تُنفَّذ غالباً بشكل تجميلي أو تسويقي دون تبني فعلي على مستوى القرارات الاستراتيجية، مما يؤدي إلى فجوة بين الخطاب الرسمي والأداء الفعلي للشركات (بدوي وآخرون، 2024).

محدودية الدراسات الميدانية التي تناولت الشركات السعودية تحديداً في سياق العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، رغم أن المملكة تُعد نموذجاً مهماً في التحول نحو الاقتصاد المستدام...

وبناءً على ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور الاستدامة المؤسسية في تعزيز السمعة التنظيمية للشركات السعودية؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول أحد الموضوعات الحديثة في مجال الإدارة المعاصرة، وهو الاستدامة المؤسسية وعلاقتها بسمعة التنظيمية، في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها بيئة الأعمال السعودية والعالمية. فمع تزايد التوجه نحو التنمية المستدامة والالتزام بالمسؤولية المجتمعية، أصبحت المؤسسات مطالبة ببناء سمعة قائمة على الثقة والمصداقية والاستدامة، مما يجعل هذا الموضوع ذا أهمية علمية وتطبيقية في آنٍ واحد.

1.3.1. على المستوى النظري:

– تُسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية من خلال تناول العلاقة بينهما ضمن إطار تكاملي حديث يجمع بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وهو ما لم تحظ به العناية الكافية في الدراسات السابقة العربية.

- تملأ هذه الدراسة فجوة نظرية في البحوث العربية حول مفهوم الاستدامة المؤسسية كأحد المحركات الرئيسة لبناء السمعة التنظيمية، إذ ركزت معظم الدراسات السابقة على المسؤولية الاجتماعية فقط دون التعمق في أبعاد الاستدامة الشاملة.
- تقدم الدراسة إطاراً مفاهيمياً متكاملًا يمكن للباحثين استخدامه في الدراسات المستقبلية لفهم العلاقة التفاعلية بين ممارسات الاستدامة والمؤثرات السلوكية والتنظيمية المرتبطة بالسمعة.
- تضيف الدراسة بعداً أكاديمياً جديداً في البيئة السعودية، من خلال تحليل العلاقة في سياق ثقافي وتنظيمي محلي، مما يعزز من إمكانية تطوير نظريات إدارية تراعي الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمؤسسات في المملكة العربية السعودية..

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تساعد نتائج الدراسة الشركات السعودية على فهم كيفية توظيف مبادئ الاستدامة المؤسسية كأداة استراتيجية لتعزيز السمعة التنظيمية، بما ينعكس إيجاباً على ثقة العملاء والمستثمرين وتحسين صورتها في السوق المحلي والعالمي.
- تقدم الدراسة أدلة ميدانية عملية يمكن لصناع القرار في القطاعين العام والخاص الاستفادة منها في تطوير سياسات واستراتيجيات استدامة مؤسسية تتماشى مع أهداف رؤية المملكة 2030، لا سيما تلك المتعلقة بالحوكمة والمسؤولية الاجتماعية.
- تُمكن النتائج التطبيقية من قياس وتقييم فعالية المبادرات المستدامة التي تنفذها الشركات السعودية، مما يساعد في تحسين أدائها المؤسسي وتعزيز ميزتها التنافسية في الأسواق الإقليمية والدولية.
- تدعم الدراسة توجه المملكة نحو التحول الاقتصادي المستدام، من خلال ربط ممارسات الشركات الخاصة بالأهداف الوطنية في مجال البيئة والمسؤولية الاجتماعية وجودة الحياة...

1.4. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس للدراسة

ما أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، والحوكمة) في تعزيز السمعة التنظيمية للشركات السعودية؟
الأسئلة الفرعية للدراسة

1. ما مستوى تبني الشركات السعودية لممارسات الاستدامة المؤسسية؟
2. ما أثر البعد الاقتصادي للاستدامة المؤسسية في السمعة التنظيمية للشركات السعودية؟
3. إلى أي مدى يسهم البعد البيئي للاستدامة في تحسين الصورة الذهنية للشركات لدى المجتمع والجهات الرقابية؟
4. كيف يؤثر البعد الاجتماعي للاستدامة في انطباعات أصحاب المصلحة عن الشركات السعودية وموثوقيتها؟
5. ما دور الحوكمة المؤسسية في دعم الشفافية والمساءلة وانعكاس ذلك على السمعة التنظيمية؟
6. هل تسهم العوامل السياقية التنظيمية في تعديل العلاقة بين أبعاد الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية) على السمعة التنظيمية للشركات السعودية، وذلك من خلال استكشاف مستوى تبني ممارسات الاستدامة وآليات توظيفها في تعزيز الصورة الذهنية والموثوقية لدى أصحاب المصلحة.

الأهداف الفرعية للدراسة

1. تحديد مستوى إدراك الشركات السعودية لأهمية الاستدامة المؤسسية ودورها في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في أسواقها.
2. تحليل أثر البعد الاقتصادي للاستدامة في بناء الثقة التنظيمية وتعزيز الانطباع العام عن قوة الشركة واستقرارها.
3. فحص العلاقة بين البعد البيئي للاستدامة وبين تحسين الصورة الذهنية للشركات لدى المجتمع والجهات التنظيمية.

4. استقصاء تأثير البعد الاجتماعي للاستدامة على نظرة أصحاب المصلحة لدى التزام الشركات بالمسؤولية المجتمعية.
5. تقييم دور الحوكمة المؤسسية كأحد أبعاد الاستدامة في دعم الشفافية والمساءلة، وانعكاس ذلك على السمعة التنظيمية.
6. تقديم إطار تحليلي مقترح يساعد صنّاع القرار في الشركات السعودية على مواءمة ممارسات الاستدامة مع استراتيجيات إدارة السمعة المؤسسية.

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستدامة المؤسسية بأبعادها (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، والحوكمة) والسمعة التنظيمية للشركات السعودية.

الفرضيات الفرعية

1. H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الاقتصادي للاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية للشركات السعودية.
2. H2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد البيئي للاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية للشركات السعودية.
3. H3: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الاجتماعي للاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية للشركات السعودية.
4. H4: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحوكمة المؤسسية (بوصفها أحد أبعاد الاستدامة) والسمعة التنظيمية للشركات السعودية.
5. H5: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السمعة التنظيمية بين الشركات عالية الالتزام بالاستدامة وتلك منخفضة الالتزام.
6. H6: توجد تأثيرات معدلة ذات دلالة إحصائية للعوامل السياقية التنظيمية (مثل حجم الشركة، طبيعة نشاطها، سنوات الخبرة) في العلاقة بين أبعاد الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية.

1.7. نموذج الدراسة

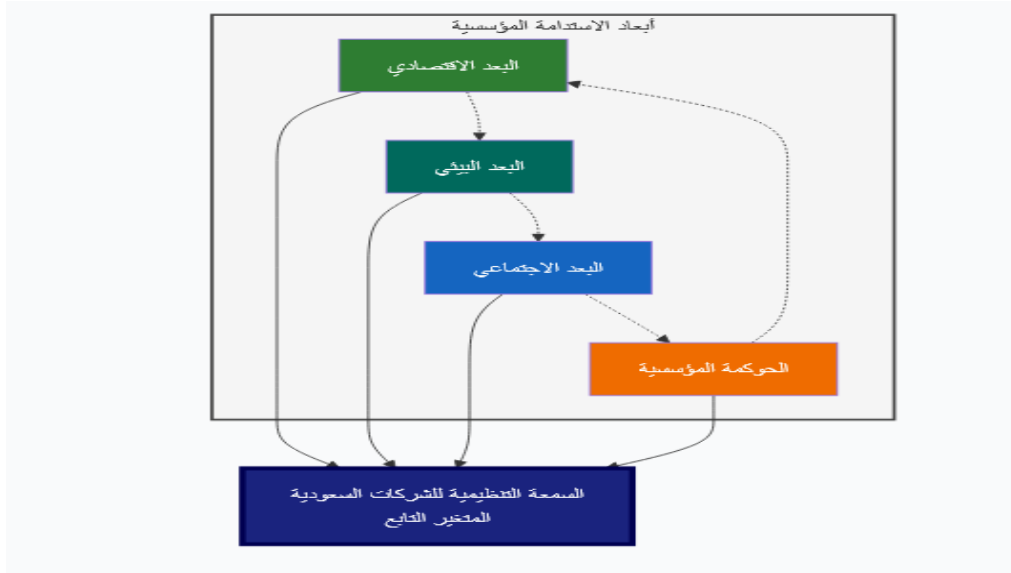
يقوم النموذج المقترح على تفسير الكيفية التي تؤثر بها الاستدامة المؤسسية بأبعادها الرئيسية في السمعة التنظيمية للشركات السعودية. ويُفترض أن كل بُعد من أبعاد الاستدامة يسهم بصورة مباشرة في تشكيل الصورة الذهنية للشركة لدى أصحاب المصلحة، بالإضافة إلى احتمال وجود تأثيرات معدلة للعوامل السياقية.

المتغيرات المستقلة (أبعاد الاستدامة المؤسسية):

1. البعد الاقتصادي
2. البعد البيئي
3. البعد الاجتماعي
4. الحوكمة المؤسسية

المتغير التابع:

- السمعة التنظيمية للشركات السعودية



1.8. منهجية الدراسة

ستعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الإطار المنهجي الأنسب لفحص أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها على السمعة التنظيمية للشركات السعودية. وسيتم أولاً بناء إطار نظري شامل يستند إلى أبرز الأدبيات والدراسات السابقة في مجالات الاستدامة، الحكومة، والسمعة التنظيمية، بهدف تحديد الأسس العلمية التي ستقوم عليها الدراسة. كما سيتم تطوير أداة القياس (الاستبيان) بالاعتماد على مقاييس معتمدة دولياً، مع تكييفها لتناسب السياق السعودي، ثم إخضاعها للتحكيم العلمي لضمان صدق المحتوى وملاءمته لأهداف الدراسة.

وسيتم لاحقاً تنفيذ الدراسة ميدانياً من خلال توزيع الاستبانة على عينة من مديري الإدارات والموظفين التنفيذيين في الشركات السعودية المستهدفة. وستستخدم الأساليب الإحصائية المتقدمة لتحليل البيانات، مثل تحليل التباين، والانحدار المتعدد، وتحليل العوامل التوكيدية إذا لزم الأمر، وذلك باستخدام برامج إحصائية متخصصة لضمان دقة النتائج. وستُفسر النتائج في ضوء الإطار النظري، الأمر الذي سيسمح باستخلاص استنتاجات واضحة حول قوة واتجاه العلاقة بين أبعاد الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، وتقديم توصيات علمية قابلة للتطبيق.

1.9. الدراسة الميدانية

تتمركز الدراسة الميدانية داخل بيئة الشركات السعودية التي تُعدّ واحدة من أكثر البيئات الاقتصادية ديناميكية في المنطقة العربية، نظراً لارتباطها المباشر برؤية المملكة 2030 وتوجهاتها نحو التنوع الاقتصادي وتعزيز ممارسات الحكومة والاستدامة. وتتسم هذه البيئة بتعدد أنماط الشركات من حيث الحجم والهيكل التنظيمي، مما يجعلها حقلاً غنياً لبحث أثر الاستدامة المؤسسية على السمعة التنظيمية. كما تنتشر الشركات السعودية في قطاعات استراتيجية تتفاوت مستويات نضجها المؤسسي وارتباطها بالأسواق المحلية والإقليمية، وهو ما يعكس تنوعاً في الممارسات الإدارية والالتزامات التنظيمية.

وتتخذ الشركات السعودية موقعاً محورياً في الاقتصاد الوطني من خلال حضورها في القطاعات الحيوية مثل النفط والغاز، والخدمات المالية، والصناعات التحويلية، وتكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، واللوجستيات، فضلاً عن الشركات العائلية التي تمثل ركناً أساسياً في المنظومة الاقتصادية. وتشهد هذه الشركات تحولاً واضحاً نحو تطبيق معايير الاستدامة المؤسسية، مدفوعة بمتطلبات الجهات التنظيمية، وتوقعات المستثمرين، وزيادة الوعي المجتمعي بأهمية الأداء المسؤول. وتنعكس هذه التحولات على هيكل الشركات، وأنظمتها الداخلية، وقنوات تواصلها مع أصحاب المصلحة.

كما يتسم سياق الشركات السعودية بوجود منظومة تنظيمية متقدمة تدعم الالتزام بالمعايير المهنية، بما في ذلك أنظمة الحكومة الصادرة عن هيئة السوق المالية، ومبادرات الاستدامة التي تتبناها العديد من الجهات الحكومية وشبه الحكومية. وتؤثر هذه البيئة التنظيمية في صياغة ثقافة مؤسسية تتجه نحو الشفافية، وتحسين إدارة المخاطر، وتعزيز السمعة التنظيمية عبر الالتزام بالمعايير البيئية والاجتماعية. وبذلك يشكل هذا المكان الميداني فضاءً خصباً لدراسة العلاقة بين الاستدامة المؤسسية وتكوين السمعة التنظيمية للشركات في سياق اقتصادي متطور ومتسارع النمو.

1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

يتضمن هذا الفصل المكونات الأساسية التي تمثل المنطلق المنهجي للدراسة، وتشمل:

1. مقدمة الدراسة
2. مشكلة الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسئلة الدراسة
6. فرضيات الدراسة
7. نموذج الدراسة
8. حدود الدراسة
9. مصطلحات الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: الاستدامة المؤسسية

ويتناول المفاهيم والأسس النظرية المتعلقة بالاستدامة المؤسسية، ويتضمن على سبيل المثال:

1. مفهوم الاستدامة المؤسسية
2. الأبعاد الرئيسة للاستدامة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، الحوكمة)
3. نماذج ومداخل تبني الاستدامة
4. مؤشرات قياس الاستدامة في بيئات الأعمال
5. الاستدامة المؤسسية في السياق السعودي
6. العلاقة النظرية بين الاستدامة والسمعة التنظيمية

المبحث الثاني: السمعة التنظيمية

ويتناول الأسس والمفاهيم المتعلقة بالسمعة التنظيمية، مثل:

1. تعريف السمعة التنظيمية
2. مكوناتها وأبعادها الرئيسة
3. دور السمعة في تعزيز التنافسية
4. العوامل المؤثرة في بناء السمعة التنظيمية
5. قياس السمعة التنظيمية في الشركات
6. المسؤولية الاجتماعية والاستدامة ودورهما في تعزيز السمعة

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

ويتضمن:

1. مجتمع الدراسة وعينتها
2. أداة الدراسة (ومؤشراتها)
3. صدق الأداة وثباتها
4. طرق وأساليب التحليل الإحصائي
5. عرض نتائج التحليل الميداني
6. مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

ويتضمن:

1. أهم النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية
2. الاستنتاجات الرئيسة المتعلقة بالعلاقة بين المتغيرات
3. التوصيات التطبيقية للشركات السعودية
4. مقترحات دراسات مستقبلية

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- عبدالعال، عطية السيد عطية، و الهنداوي، أحمد عبدالفتاح حمدي. (2024). إدارة السمعة المؤسسية بين الموجهات التنظيرية وقوة التأثير. مجلة التربية، ع203، ج2، 619 - 623. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1496866>
- السلمي، محمد خالد محمد، و شعبي، فيصل بن أحمد بن عابد. (2024). دور القيادة التحويلية في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بالشؤون الصحية بمحافظة جدة. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج8، ع7، 1 - 20. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1490146>
- حمدي، إكرام عبده. (2025). دور التدريب في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة ميدانية لموظفات وموظفين الحرم النبوي. المجلة العربية للنشر العلمي، ع81، 234 - 258. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1602627>
- محمود، ناجي عبدالستار، و عبدالوهاب، مصطفى مؤيد. (2024). دور القيادة الأخلاقية في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من الأطباء والمرضى الراقدين في مستشفى صلاح الدين العام. مجلة كلية القلم الجامعة، مج8، ع15، 113 - 140. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1597116>
- بدوي، محمد كرم محمد، الحرون، منى محمد، و حسين، أسامة ماهر. (2024). دور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية: المركز القومي لامتحانات والتقويم التربوي أنموذجاً. مجلة التربية في القرن 21 للدراسات التربوية والنفسية، ع39، 249 - 291. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1559759>
- جهلول، إيمان هاتو، و خضير، وميض عبد الزهرة. (2021). تأثير مواقف العاملين في الاستدامة التنظيمية من خلال الدور التفاعلي للابتكار البيئي: دراسة استطلاعية في عينة من الموظفين في شركة مصافي الجنوب. مجلة دراسات إدارية، مج15، ع30، 140 - 173. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329713>
- Siyal, S., Ahmad, R., Riaz, S., Xin, C., & Fangcheng, T. (2022). The impact of corporate culture on corporate social responsibility: Role of reputation and corporate sustainability. *Sustainability*, 14(16), 10105.
- Yan, X., Espinosa-Cristia, J. F., Kumari, K., & Cioca, L. I. (2022). Relationship between corporate social responsibility, organizational trust, and corporate reputation for sustainable performance. *Sustainability*, 14(14), 8737.
- Gidage, M., & Bhide, S. (2024). Corporate reputation as the nexus: linking moral and social responsibility, green practices, and organizational performance. *Corporate Reputation Review*, 1-23.

- Arous, J. A., Alenzi, H., ElRabbat, S. A., & Hima, N. A. (2025). The impact of sustainable practices on organizational reputation: The mediating role of social responsibility in Saudi organizations. *European Journal of Sustainable Development*, 14(1), 228-228
- Le, T. T. (2023). Corporate social responsibility and SMEs' performance: mediating role of corporate image, corporate reputation and customer loyalty. *International Journal of Emerging Markets*, 18(10), 4565-4590
- Mohammad Fraihat, B. A., Shutawe Aln'emi, E. A., Bani Ahmad, A. Y., Daoud, M. K., & Almasarweh, M. S. (2023). How corporate social responsibility enhances reputation, and organizational brand image?. *Journal of Namibian Studies*, 34.