

□
جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة الأعمال

دور الاستدامة المؤسسية في تعزيز السمعة التنظيمية
نموذج كالت دراسة ميدانية على الشركات السعودية

اسم الطالب

النهائي 2

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

العام الدراسي/

□ 2026 – 1447

55

بسم الله الرحمن الرحيم

□

الإهداء

إلى من كانت أول من علّمني أن النجاح لا يُهدى بل يُنتزع بالجهد والمثابرة،
إلى من غمرتني بحنانها ودعواتها التي كانت تصل إلى السماء قبل أن أنطق
بها،

إلى أُمي الغالية، نبع الحنان ومصدر الإلهام،
إليك يا من جعلت من تعبك راحة لي، ومن صبرك طريقاً أمشي عليه حتى أصل.
وإلى أبي العزيز، رمز العطاء والقوة، إليك يا من زرعت في نفسي الإصرار
والثقة،

يا من كنت السند الذي لا يميل، والقُدوة التي أفتخر بها،
أهديك هذا الإنجاز عربون وفاءٍ وتقديرٍ لكل لحظة دعم وتشجيع منحنتني إياها.

إلى إخوانتي وأخواتي، شركاء الفرح والمشوار الطويل
أهديكم جميعاً هذه الرسالة، ثمرة جهدٍ وسنينٍ من الطموح والعمل الدؤوب.

□

الشكر والتقدير

MIDOCEAN
UNIVERSITY

ليس بعد التمام أجمل من الحمد، فالحمد لله والشكر له
كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه وكما ينبغي لجزيل
فضله وعظيم إحسانه على ما أنعم به على من إتمام هذا
البحث.

ثم أنه لا يسعني إلا أن أشيد بالفضل وأقر بالمعروف لكل
من ساهم في إنجاز هذا البحث.

كل الشكر للجهات التي دعمتني وساعدتني وخصتني
بالتوجيه والتصويب لإتمام بحثي على الوجه الصحيح.

كما أتقدم بالشكر لمن كان لتوجيهاتهم الدور الكبير في
إنجاز هذا المشروع وكل من مد لي يد العون من قريب وبعيد
ولو بدعوة بظهر الغيب، بارك الله فيهم جميعاً وجزاهم الله
عني الجزاء الأوفى وأسأل الله أن ينفع بهذا البحث على قدر
العناء فيه وأن يجعله خالصاً لوجهه الكريم إنه على ذلك
لقادر.

□ المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها المتمثلة في
البعد الاقتصادي، والبعد البيئي، والبعد الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية، على السمعة
التنظيمية للشركات السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد بلغ
عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي 408 استبانات، وتم تحليل البيانات باستخدام
البرنامج الإحصائي SPSS من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، شملت
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعاملات الارتباط، واختبارات الصدق والثبات،
وتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد.

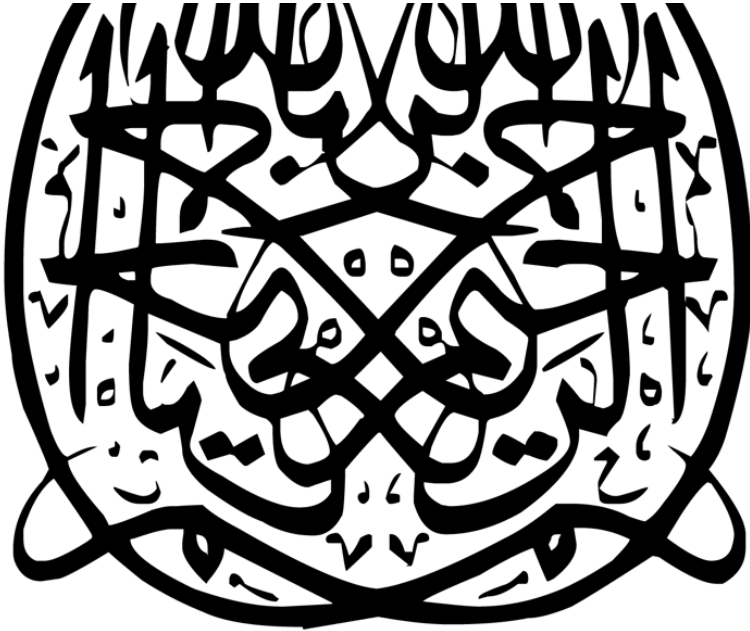
وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق الاستدامة المؤسسية في الشركات
السعودية جاء مرتفعاً، كما جاء مستوى السمعة التنظيمية مرتفعاً كذلك. وكشفت النتائج عن
وجود أثر ذي دلالة إحصائية للاستدامة المؤسسية بأبعادها مجتمعة على السمعة التنظيمية.

كما تبين أن الحوكمة
الاقتصادية والاجتماعية

ضرورة تعزيز تبني
والاهتمام بتطوير أد
الاستدامة باستراتيج

الكلمات المف
الاجتماعي، الحوكمة





- 7.1 نموذج الدراسة 9
- 8.1 منهجية الدراسة 10
- 9.1 الدراسة الميدانية 10
- 10.1 مخطط المشروع المقترح 11
- الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة 14
- 1.2 المقدمة: 15
- 2.2 المتغير المستقل 16
- 1.2.2 مفهوم الاستدامة المؤسسية 16
- 2.2.2 الأبعاد الرئيسية للاستدامة المؤسسية 17
- 3.2.2 مؤثرات قياس الاستدامة في بيئات الأعمال 21
- 4.2.2 الاستدامة المؤسسية في السياق السعودي 24
- 5.2.2 الدراسات المتعلقة بالاستدامة المؤسسية 25
- 3.2 المتغير التابع 28
- 1.3.2 تعريف السمعة التنظيمية 29
- 2.3.2 مكونات السمعة التنظيمية وأبعادها الرئيسية 30
- 3.3.2 العوامل المؤثرة في: 30
- 4.3.2 الدراسات المتعة 30
- 4.2 العلاقة بين المتعة 30
- 1.4.2 السمعة 30
- 1.4.2 الأساس النظري للعلاقة بـ 30
- 39
- 2.4.2 نماذج تأثير الاستدامة المؤسسية في السمعة التنظيمية 41
- 3.4.2 الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة 42
- التنظيمية 42
- 5.2 الخاتمة 44
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة 46
- 1.3 المقدمة 47
- 2.3 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث 47
- 3.3 تصميم البحث 48
- 4.3 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات 50
- 5.3 طريقة جمع البيانات 52
- 6.3 أنواع البيانات 53

7.3	إجراءات التحليل الإحصائي 54
8.3	الخاتمة 55
1.4	المقدمة 57
	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج 57
4.3	اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات 61
4.4	الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث) 63
5.4	اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج 68
6.4	الخاتمة 73
1.5	حدود الدراسة والدراسات المستقبلية 74
	الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات 74
2.5	توصيات الدراسة 75
3.5	الخاتمة 76
	ABSTRACT 77
	قائمة المراجع 78
	الملاحق 84
	استمارة استبيان 85

□

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
58	جدول (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(1)
59	جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	(2)
59	جدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	(3)
60	جدول (4): توزيع أفراد	(4)
60	جدول (5): توزيع أفراد	(5)
61	جدول (6): توزيع أفراد	(6)
62	جدول (7): معاملات ارتباط بيرسون بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور	(7)
62	جدول (8): قيم معامل ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة	(8)
63	جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الاستدامة المؤسسية	(9)
64	جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الاقتصادي	(10)
65	جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد البيئي	(11)
65	جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الاجتماعي	(12)
66	جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الحوكمة المؤسسية	(13)
67	جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات السمعة التنظيمية	(14)
68	جدول (15): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد	(15)

70	جدول (16): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد الاقتصادي على السمعة التنظيمية
71	جدول (17): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد البيئي على السمعة التنظيمية
71	جدول (18): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد الاجتماعي على السمعة التنظيمية
72	جدول (19): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الحوكمة المؤسسية على السمعة التنظيمية

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
9	الشكل رقم (1) نموذج الدراسة	



أ

1.1 المقدمة:

تُعد 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 يساهم 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 يساهم 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 يساهم في دعم استراتيجيات الاستدامة ويعزز من تنافسية المؤسسات محلياً وعالمياً.

2.1 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 يساهم 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 تُعد 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).

فجوات على المستوى النظري

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

1. 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).
2. 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 وعبدالوهاب، 2024).
3. 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.
4. 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.

فجوات على المستوى التطبيقي

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

1. 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.
2. تفتقر العديد من المؤسسات إلى آليات قياس دقيقة لتأثير مبادراتها الاستدامة على صورتها الذهنية وسمعتها بين العملاء والمجتمع المحلي (حمدي، 2025).

3. 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).

4. 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؟

3.1 أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول أحد الموضوعات الحديثة في مجال الإدارة المعاصرة، وهو الاستدامة المؤسسية وعلاقتها ب السمعة 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.

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 والمؤشرات 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..

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...

4.1 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؟

5.1 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 لمدى 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.

6.1 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.

7.1 نموذج الدراسة

يقوم النموذج المقترح على تفسير الكيفية التي تؤثر بها الاستدامة المؤسسية بأبعادها الرئيسية في السمعة التنظيمية للشركات السعودية. ويفترض 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): الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

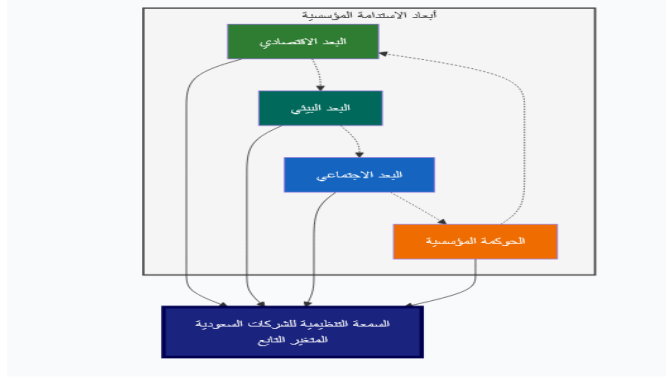
1. البعد الاقتصادي

2. البعد البيئي

3. البعد الاجتماعي

4. الحوكمة المؤسسية

المتغير التابع: السمعة التنظيمية للشركات السعودية الشكل رقم (1) نموذج الدراسة



8.1 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، الحوكمة، 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. وستفسر 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.

9.1 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 التنويع الاقتصادي وتعزيز ممارسات الحوكمة 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 هياكل الشركات، وأنظمتها الداخلية، وقنوات تواصلها مع أصحاب المصلحة.

الفصل الثالث: منجية الدراسة

كما يتسم سياق الشركات السعودية بوجود منظومة تنظيمية متقدمة تدعم الالتزام بالمعايير المهنية، بما في ذلك أنظمة الحوكمة الصادرة عن هيئة السوق المالية، ومبادرات

الاستدامة التي تتبناها العديد من الجهات الحكومية وشبه الحكومية. وتتأثر 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.

10.1 مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

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

- مقدمة الدراسة
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسئلة الدراسة
- فرضيات الدراسة
- نموذج الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة
- الدراسات السابقة
- منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: الاستدامة المؤسسية

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

- مفهوم الاستدامة المؤسسية
- الأبعاد الرئيسة للاستدامة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، الحوكمة)
- مؤشرات قياس الاستدامة في بيئات الأعمال
- الاستدامة المؤسسية في السياق السعودي

المبحث الثاني: السمعة التنظيمية

ويتناول الأسس والمفاهيم المتعلقة بالسمعة التنظيمية، مثل:

- تعريف السمعة التنظيمية
- مكوناتها وأبعادها الرئيسة
- العوامل المؤثرة في بناء السمعة التنظيمية
- أبعاد السمعة التنظيمية في الشركات
- المسؤولية الاجتماعية والاستدامة ودورها في تعزيز السمعة

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

ويتضمن:

- مجتمع الدراسة وعينتها
- أداة الدراسة (ومؤشراتها)
- صدق الأداة وثباتها

- طرق وأساليب التحليل الإحصائي
- عرض نتائج التحليل الميداني
- مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

ويتضمن:

- أهم النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية
- الاستنتاجات الرئيسية المتعلقة بالعلاقة بين المتغيرات
- التوصيات التطبيقية للشركات السعودية
- مقترحات دراسات مستقبلية

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

1.2 المقدمة:

شهد العقدان الأخيران تصاعداً ملحوظاً في الاهتمام بمفهوم الاستدامة المؤسسية بوصفه أحد المحاور الجوهرية في الفكر الإداري المعاصر، وذلك في ظل التحديات التي تواجه منظمات الأعمال نتيجة التحولات البيئية والاقتصادية والاجتماعية العالمية. وقد أدى تزايد وعي أصحاب المصلحة، وتشدد الجهات الرقابية، واتساع نطاق المسؤولية الاجتماعية، إلى انتقال المنظمات من نموذج الإدارة التقليدية إلى نموذج يعتمد على نهج استراتيجي طويل الأمد، يوازن بين خلق القيمة الاقتصادية والمحافظة على البيئة وتحقيق الرفاه الاجتماعي، إضافة إلى تعزيز ممارسات الحوكمة الرشيدة.

ولم يعد مفهوم النجاح التنظيمي اليوم محصوراً في قدرة الشركات على تحقيق أرباح مالية قصيرة الأجل، بل أصبح يتطلب قدرة المنظمة على بناء قيمة مستدامة لجميع أصحاب المصلحة، وتبني فلسفة تنظيمية تستند إلى الاستخدام الأمثل للموارد، وإدارة المخاطر المستقبلية، وضمان استمرارية العمليات التشغيلية دون إضرار بالبيئة أو المجتمع. كما أثبتت الممارسات العالمية أن المؤسسات التي تتبنى نهج الاستدامة المؤسسية تحقق مستويات أعلى من السمعة التنظيمية، وثقة أصحاب المصلحة، والأداء طويل المدى، مقارنة بالمؤسسات التي تقتصر على النمو الاقتصادي التقليدي (Siyal et al., 2022).

وفي ضوء ذلك، أصبح إدماج الاستدامة المؤسسية في صميم الاستراتيجيات التنظيمية خياراً ضرورياً وليس ترفاً إدارياً، خاصة في البيئات التي تتسم بالتحول الرقمي، والمنافسة الشديدة، والضغط البيئي، وتغير توقعات المجتمع. ومع توسع الممارسات والتشريعات ذات الصلة، اتجهت المؤسسات نحو فهم أعمق لطبيعة الاستدامة، مما استدعى بناء إطار نظري شامل لهذا المفهوم، يوضح مكوناته، وأبعاده، وآليات قياسه، مع التركيز على خصوصيته في السياق السعودي الذي يشهد تحولات جذرية في ظل رؤية المملكة 2030.

ويمهد هذا المبحث لاستعراض الجوانب النظرية للاستدامة المؤسسية، من خلال تناول مفهومها، وأبعادها الرئيسية، ومؤشرات قياسها، إضافة إلى استعراض تطبيقاتها في البيئة السعودية، بما يرسخ القواعد المعرفية التي يقوم عليها بناء الإطار التطبيقي للدراسة.

2.2 المتغير المستقل

1.2.2 مفهوم الاستدامة المؤسسية

يمثل مفهوم الاستدامة المؤسسية أحد المفاهيم الإدارية التي تبلورت تدريجياً نتيجة التحولات البيئية والاجتماعية والاقتصادية التي فرضت على المنظمات إعادة النظر في دورها التقليدي. وعلى الرغم من تعدد التعريفات الواردة في الأدبيات، إلا أنها تتفق على أن الاستدامة المؤسسية تتجاوز مجرد الحفاظ على العمليات التشغيلية، لتشمل قدرة المنظمة على خلق قيمة طويلة الأمد بما يخدم الاقتصاد والمجتمع والبيئة من خلال ممارسات قائمة على الحوكمة الرشيدة (Gomez-Trujillo et al., 2020).

وتشير الاستدامة المؤسسية في جوهرها إلى قدرة المنظمة على الاستمرار والنمو في بيئة تتسم بعدم اليقين، عبر إدارة مواردها بكفاءة، وتبني ممارسات تقلل من أثرها البيئي، وتعزز رفاه المجتمع الداخلي والخارجي، مع الالتزام بمتطلبات الحوكمة التي تضمن الشفافية والعدالة والمساءلة. وبذلك فهي إطار متعدد الأبعاد يتطلب توجهاً استراتيجياً يتجاوز القيود الزمنية القصيرة ليركز على الاستمرارية والعائد طويل المدى (Arous et al., 2025).

ويذهب العديد من الباحثين إلى أن الاستدامة المؤسسية تمثل فلسفة تنظيمية متكاملة، تهدف إلى توازن مصالح الأطراف كافة، من خلال إدارة الموارد بطريقة تقلل الهدر وتريد الكفاءة التشغيلية، وتضمن احترام حقوق العاملين والعملاء والمجتمع، وتخفيض الأثر السلبي للأنشطة على البيئة. وقد أكد همام (2025) أن الاستدامة المؤسسية أصبحت مكوناً استراتيجياً في إدارة الجامعات والمؤسسات العامة، لما لها من دور محوري في توجيه القرارات وتحسين قدرة المؤسسات على مواجهة الأزمات والظروف الطارئة.

كما تُعرّف الوكيل (2025) الاستدامة المؤسسية بأنها قدرة المؤسسة على تعزيز كفاءتها ومرونتها التنظيمية من خلال دمج الاعتبارات البيئية والاجتماعية والاقتصادية في سياساتها وإجراءاتها التشغيلية اليومية، بما يضمن تحقيق قيمة مستدامة للموارد البشرية والمجتمع والبيئة. ويركز هذا التعريف على دور المؤسسة في التعامل مع الأزمات بوصف الاستدامة إطاراً يضمن الاستمرارية رغم التحديات.

أما لزهاري (2024) فيوضح، من خلال تحليل تجربة شركة Patagonia، أن الاستدامة المؤسسية ليست مجرد التزام أخلاقي أو اجتماعي، بل هي استراتيجية تنافسية تمكن المؤسسة من الحفاظ على سمعتها وقاعدة عملائها عبر الموازنة بين الأداء الاقتصادي وممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية. ويعزز هذا الطرح الأدبيات التي تؤكد أن الاستدامة أصبحت اليوم جزءاً من الهوية التنظيمية ومصدراً رئيساً للقيمة.

وتعزز الأدبيات الأجنبية هذا الاتجاه، حيث يشير Le (2023) إلى أن الاستدامة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بصناعة الصورة والهوية المؤسسية، وأن المؤسسات التي تدمج ممارسات الاستدامة ضمن عملياتها تحقق درجات أعلى من الثقة لدى العملاء، مما ينعكس إيجاباً على أدائها الاقتصادي. أما Singh et al. (2023) فقد أكدوا أن الاستدامة المؤسسية تعد عاملاً جوهرياً في خفض المخاطر وتعزيز الأداء طويل المدى، خاصة عند ارتباطها بممارسات فعالة للمسؤولية الاجتماعية.

ومن المنظور ذاته، يرى Shahat (2025) أن الاستدامة المؤسسية تقوم على قدرات تنظيمية تتعلق بالتعلم المستمر، والقدرة على التكيف، وإدارة المعرفة، والتخطيط الاستراتيجي، وهي قدرات تتيح للمنظمة بناء استمرارية مؤسسية تمكنها من مواجهة التغيرات السريعة والتحديات المعقدة.

2.2.2 الأبعاد الرئيسية للاستدامة المؤسسية

تم تحديد الأبعاد الأربعة للاستدامة المؤسسية في هذه الدراسة بناءً على عدد من الدراسات العربية والأجنبية، التي أكدت مركزية أربعة محاور مترابطة في بناء الاستدامة داخل المنظمات، وهي البعد الاقتصادي، والبعد البيئي، والبعد الاجتماعي، وبُعد الحوكمة.

ومن أهم هذه الدراسات: دراسة بدوي وآخرين (2024)، ودراسة الوكيل (2025)،

ودراسة همام (2025)، ودراسة لزهاري (2024)، إضافة إلى الإطار النظري الذي اعتمدته دراسات عالمية مثل Gomez-Trujillo et al. (2020) وArous et al. (2023) وSingh et al. (2025). وقد أثبتت هذه الأدبيات أن هذه الأبعاد الأربعة تمثل حجر الزاوية في بناء نموذج الاستدامة المؤسسية المعاصر، وأن إغفال أي منها يؤدي إلى قصور في قدرة المؤسسة على تحقيق الاستمرارية طويلة المدى.

وتعد هذه الأبعاد إطاراً تكاملياً ينسجم مع منظور القيمة الشاملة، حيث لا يقتصر قياس نجاح المنظمة على الأداء الاقتصادي، بل يمتد ليشمل أثرها الاجتماعي، ودرجة التزامها بالحفاظ على البيئة، ومستوى تطبيقها لمبادئ الحوكمة الرشيدة. وفيما يأتي تناول تفصيلي لهذه الأبعاد الأربعة:

البعد الاقتصادي للاستدامة المؤسسية

يُعد البعد الاقتصادي الركيزة الأساسية التي تنطلق منها عملية بناء الاستدامة، إذ يرتبط بقدرة المؤسسة على تحقيق النمو المالي المستدام، وإدارة مواردها بكفاءة عالية، وضمان تحقيق العائد الاقتصادي طويل الأمد. ويركز هذا البعد على تعزيز الكفاءة التشغيلية، وترشيد التكاليف، وتنويع مصادر الدخل، وتحقيق التوازن بين الربحية قصيرة الأجل والأهداف الاستراتيجية بعيدة المدى (بدوي وآخرون، 2024).

وتشير الوكيل (2025) إلى أن الاستدامة الاقتصادية لا تقتصر على تحقيق الإيرادات بل تشمل كذلك إدارة المخاطر، وصياغة خطط مالية مرنة، وتطوير سياسات ترسخ الاستقرار المالي في مواجهة الأزمات. وفي السياق نفسه، يؤكد Singh et al. (2023) أن المؤسسات التي تتبنى ممارسات الاستدامة الاقتصادية تحقق مستويات أعلى من الأداء، لأنها تعتمد على تخطيط محكم للموارد، وتستند إلى بيانات وتحليلات تساهم في خفض المخاطر وتعزيز فرص الاستثمار.

كما يُعد الأداء الاقتصادي المستدام عاملاً مؤثراً في الصورة الذهنية للمؤسسة؛ إذ يرى Le (2023) أن الكفاءة المالية والربحية المستمرة تعززان الثقة لدى العملاء، وتُعد مؤشراً رئيساً على جودة الإدارة وفاعلية خططها. وفي المقابل، ترتبط الممارسات الاقتصادية غير المستدامة بارتفاع مستوى المخاطر وفقدان القدرة التنافسية.

البعد البيئي للاستدامة المؤسسية

الفصل الخامس: حدود البحث

يمثل البعد البيئي عنصراً جوهرياً في بناء الاستدامة، نظراً للترابط العالمي في الضغوط المتعلقة بحماية البيئة، والتقليل من الانبعاثات والمخاطر البيئية. وبأسلوب مسؤول. ويشير لزهاري (2024) في تحليله لتجربة شركة Patagonia إلى أن المؤسسات التي تعتمد سياسات بيئية متقدمة، مثل إعادة التدوير، وتقليل الانبعاثات، واستخدام الطاقة المتجددة، لا تحقق فقط أثراً بيئياً إيجابياً، بل تبني كذلك قيمة تنافسية قائمة على الثقة والشفافية.

ويرى Gomez-Trujillo et al. (2020) أن الاستدامة البيئية تُعد بعداً استراتيجياً يساهم في تعزيز السمعة المؤسسية، ويزيد من قدرة المؤسسة على التكيف مع التشريعات الدولية والمحلية التي أصبحت أكثر صرامة فيما يتعلق بالأنشطة الصناعية والاستهلاك المفرط للطاقة. كما تشير الأدبيات إلى أن البعد البيئي يُعد مؤشراً لالتزام المؤسسة بمسؤوليتها تجاه المجتمع، ويضعها في موقع ريادي مقارنة بالمؤسسات التي تتجاهل هذا الجانب.

ومن بين أبرز مكونات البعد البيئي: إدارة النفايات، تخفيض البصمة الكربونية، تقليل الهدر، اعتماد تقنيات الإنتاج النظيف، والانتقال نحو مصادر طاقة ذات أثر بيئي منخفض. ويؤكد Arous et al. (2025) أن تبني المؤسسات السعودية لممارسات الاستدامة البيئية أصبح ضرورة، خاصة مع توجهات رؤية 2030 التي جعلت التشريعات البيئية جزءاً من منظومة الحوافز والأطر التنظيمية.

البعد الاجتماعي للاستدامة المؤسسية

يشمل البعد الاجتماعي مجموعة من المبادئ والممارسات المرتبطة بحقوق العاملين، والسلامة المهنية، والمساواة، وتطوير رأس المال البشري، إضافة إلى دور المؤسسة في خدمة المجتمع. ويذهب همام (2025) إلى أن البعد الاجتماعي يُعد أحد محركات الاستدامة الأكثر تأثيراً، لأنه يرتبط مباشرة بالعنصر البشري الذي يمثل العامل الحاسم في نجاح أي مؤسسة.

ويشير بدوي وآخرون (2024) إلى أن المؤسسات التي تستثمر في تنمية مهارات العاملين، وتوفر بيئة عمل عادلة، وتعزز قيم المشاركة والعدالة التنظيمية، تحقق مستويات أعلى من الولاء التنظيمي والالتزام، الأمر الذي ينعكس على أدائها واستمراريتها. كما يؤكد Le (2023) أن الممارسات الاجتماعية المسؤولة تساهم في بناء صورة مؤسسية إيجابية، وتعزز الثقة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة.

ويعد البعد الاجتماعي محورياً أيضاً في تعزيز سمعة المؤسسة، إذ يرى Yan et al.

(2022) أن تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، وتبني ممارسات شفافة، والالتزام بحقوق العاملين، تشكل مكونات رئيسة في صناعة السمعة المؤسسية. بينما يشير Siyal et al. (2022) إلى أن المؤسسات التي تهمل هذا البعد تواجه تحديات تتعلق بانخفاض الانتماء وارتفاع معدل الدوران الوظيفي.

بعد الحوكمة في الاستدامة المؤسسية

يُعدُّ بُعد الحوكمة أحد أهم الأبعاد الأربعة، كونه الإطار الذي تنضبط من خلاله العلاقات داخل المؤسسة وبينها وبين الأطراف ذات العلاقة. ويركز هذا البعد على تطبيق مبادئ الشفافية، والمساءلة، والعدالة، والمشاركة في اتخاذ القرار، وإدارة المخاطر بطريقة منهجية (Shahat, 2025).

وتشير دراسة الوكيل (2025) إلى أن الحوكمة الرشيدة تُعد محركاً رئيساً للاستدامة لأنها تضمن انضباط الأداء وضبط الموارد ومنع سوء الإدارة، إضافة إلى تعزيز الثقة لدى أصحاب المصلحة. كما يوضح Singh et al. (2023) أن المؤسسات التي تعتمد ممارسات الحوكمة المتقدمة تحقق مستويات أعلى من الأداء الاقتصادي والاجتماعي، لأنها تمتلك أنظمة رقابية تمنع الفساد وتدعم القرارات المدروسة.

أما الأدبيات الدولية، مثل Gomez-Trujillo et al. (2020)، فتؤكد أن الحوكمة تُعد إطاراً تنظيمياً يحمي المؤسسة من المخاطر، ويمنحها مرونة في مواجهة التغيرات، ويعزز التكامل بين الجوانب المالية وغير المالية.

ويبرز هذا البعد بشكل خاص في المؤسسات السعودية، حيث أصبحت التشريعات المتعلقة بالحوكمة عنصراً إلزامياً في معظم القطاعات، وخاصة قطاعي التعليم والصحة، بما يعزز من فاعلية المؤسسات وقدرتها على الاستثمار.

3.2.2 مؤشرات قياس الاستدامة في بيئات الأعمال

تمثل مؤشرات قياس الاستدامة المؤسسية أداة مركزية لتمكين المنظمات من تقييم مستوى التزامها بالأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والحوكمة، وتحديد المسارات التطويرية اللازمة لتحسين أدائها المستدام. وقد أكدت الأدبيات الحديثة أن قياس الاستدامة لا يقوم على معايير مالية فقط، بل يعتمد على مزيج من المؤشرات الكمية والنوعية التي تعكس قدرة المؤسسة على الاستمرار والامتثال والمسؤولية تجاه الأطراف ذات العلاقة (Gomez-Trujillo et al., 2020).

وتشير الدراسات العربية إلى أن المؤسسات التي تطبق مؤشرات تقييم واضحة للاستدامة تتمتع بقدرة أعلى على تحليل فجوات الأداء، واتخاذ قرارات استراتيجية قائمة على البيانات، وتحقيق تحسينات طويلة المدى (بدوي وآخرون، 2024؛ همام، 2025). كما تُظهر الأدبيات الأجنبية، مثل Singh et al. (2023)، أن تبني مؤشرات دقيقة للحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية يساهم في تقليل المخاطر وتعزيز السمعة المؤسسية، مما ينعكس مباشرة على الأداء الاقتصادي.

وتتنوع مؤشرات قياس الاستدامة وفق الأبعاد الأربعة، ويمكن تفصيلها على النحو الآتي:

مؤشرات البعد الاقتصادي

تركز المؤشرات الاقتصادية على قياس قدرة المؤسسة على تحقيق الاستقرار والنمو المالي، وتقييم مدى كفاءتها في إدارة الموارد. وتشمل هذه المؤشرات:

· معدل النمو في الأرباح والإيرادات، وهي مؤشرات رئيسة لقياس استدامة الأداء المالي (Le, 2023).

· تحليل هيكل التكاليف ومستوى كفاءة الإنفاق، بما يعكس قدرة المؤسسة على إدارة مواردها بكفاءة (الوكيل، 2025).

· مستوى المخاطر المالية، مثل مستويات المديونية والسيولة، وهي مؤشرات ترتبط مباشرة بقبالية الاستثمار.

· تنوع مصادر الدخل، الذي يُعد مؤشراً استراتيجياً لتقليل الاعتماد على مصدر واحد للربح (Singh et al., 2023).

وتؤكد أدبيات الاستدامة أن الكفاءة المالية لا تعني فقط تحقيق الأرباح، بل تتطلب قدرة المؤسسة على تحقيق قيمة اقتصادية متنامية دون الإضرار بالأبعاد الأخرى للاستدامة.

مؤشرات البعد البيئي

تُعد المؤشرات البيئية من أهم أدوات قياس التزام المؤسسة بالمسؤولية البيئية والحد من الآثار السلبية لعملياتها. ومن أبرز هذه المؤشرات:

· البصمة الكربونية، وتشمل معدلات الانبعاثات الناتجة عن العمليات التشغيلية (Arous et al., 2025).

· استهلاك الطاقة والمياه، وهي من المؤشرات التي تستخدمها المؤسسات العالمية لقياس كفاءة استهلاك الموارد الطبيعية.

· معدلات إعادة التدوير وتقليل النفايات، والتي تشير إلى قدرة المؤسسة على تطبيق ممارسات إنتاج نظيف (لزهارى، 2024).

· الالتزام بالمعايير البيئية الوطنية والدولية، مثل ISO 14001، وهو مؤشر يعكس جودة الإدارة البيئية داخل المؤسسة.

وتؤكد الدراسات أن المؤسسات التي تمتلك نظاماً متقدماً لرصد الأداء البيئي تحقق مستويات أعلى من ثقة المجتمع، وتقل لديها احتمالات التعرض للعقوبات التنظيمية، ما يعزز استدامتها على المدى الطويل (Gomez-Trujillo et al., 2020).

مؤشرات البعد الاجتماعي

تشمل المؤشرات الاجتماعية مجموعة واسعة من المقاييس التي تعبر عن التزام المؤسسة بحقوق العاملين والمجتمع، ومن أهمها:

· معدل رضا الموظفين، الذي يعد مؤشراً مركزياً لقياس جودة بيئة العمل (همام، 2025).

· مستويات التدريب وتنمية القدرات، حيث تشير الدراسات إلى أن المؤسسات التي تستثمر في رأس المال البشري تحقق مستويات أعلى من الأداء المستدام (بدوي وآخرون، 2024).

· مستوى المساواة والعدالة في المؤسسة، مثل توزيع الفرص والترقيات.

· المبادرات المجتمعية وبرامج المسؤولية الاجتماعية، والتي تُعد مؤشراً على علاقة المؤسسة بالمجتمع الخارجي، وقد أظهرت الدراسات أن لها أثراً كبيراً في بناء السمعة المؤسسية (Yan et al., 2022).

وتشير الأدبيات إلى أن المؤشرات الاجتماعية ترتبط بشكل مباشر بالسمعة التنظيمية، لأن أصحاب المصلحة يقيمون المؤسسة بناءً على ممارساتها تجاه الإنسان قبل أي شيء آخر (Siyal et al., 2022).

مؤشرات بُعد الحوكمة

تركز مؤشرات الحوكمة على قياس مدى التزام المؤسسة بالشفافية والمساءلة والممارسات الإدارية السليمة. ومن أبرز هذه المؤشرات:

· وضوح الهيكل التنظيمي وتوزيع المسؤوليات، وهو مؤشر على انضباط العمليات الداخلية (Shahat, 2025).

· جودة التقارير المالية وغير المالية، والتي تمثل معياراً للشفافية.

· مستوى استقلالية اللجان الرقابية مثل لجان التدقيق والمراجعة.

· مدى الالتزام باللوائح والتشريعات، وهو مؤشر محوري في تقييم قدرة المؤسسة على الامتثال المؤسسي (الوكيل، 2025).

وتشير الأدبيات إلى أن المؤسسات التي تطبق حوكمة فعالة تمتاز بقرارات أفضل، وانخفاض فساد إداري، وزيادة ثقة المستثمرين وأصحاب المصلحة، مما يعزز استدامتها على المدى الطويل (Gomez-Trujillo et al., 2020؛ Singh et al., 2023).

4.2.2 الاستدامة المؤسسية في السياق السعودي

يمثل السياق السعودي نموذجاً بارزاً في تبني مفهوم الاستدامة المؤسسية، خاصة منذ إطلاق رؤية المملكة 2030 التي جعلت الاستدامة بمختلف أبعادها ركيزة أساسية للتحول الوطني. وقد شهدت السنوات الأخيرة توسعاً كبيراً في تطبيق الممارسات المتعلقة بالحوكمة، والكفاءة الاقتصادية، والمسؤولية الاجتماعية، وتحسين الأثر البيئي في المؤسسات الحكومية والخاصة على حد سواء.

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن السياق السعودي يتسم بخصوصية تنبع من التحولات الاستراتيجية، والتشريعات الجديدة، والمبادرات الوطنية مثل:

· برنامج جودة الحياة

· المبادرة السعودية الخضراء

· برنامج الإفصاح والاستدامة للمؤسسات المدرجة

· الإطار الوطني للحوكمة إضافة إلى التوجه المتزايد نحو الطاقة المتجددة وإدارة الانبعاثات.

وقد أوضح (Arous et al. (2025 أن المؤسسات السعودية بدأت تتجه إلى دمج ممارسات الاستدامة ضمن السياسات التشغيلية، خاصة تلك المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ودورها الوسيط في تعزيز السمعة التنظيمية. كما أشارت دراسة الزيهري (2025) إلى ارتباط الحوكمة في الجامعات السعودية بتحسين السمعة التنظيمية، مما يؤكد أن الاستدامة أصبحت جزءاً من التنافسية المؤسسية في المملكة.

وتشير الوكيل (2025) إلى أن المؤسسات الحكومية في السعودية، خاصة في القطاعات الحيوية مثل التمويل والصحة، بدأت بإعادة هيكلة عملياتها بما يتوافق مع متطلبات الاستدامة، ولاسيما الاستدامة الاقتصادية والحوكمة، لضمان مواجهة الأزمات مثل جائحة كوفيد-19 بقدرات تنظيمية أكثر مرونة.

كما يؤكد حماد (2025) أن المؤسسات التي تعمل في القطاعات الخدمية بدأت بإدماج الاستدامة في سياساتها التشغيلية، من خلال تعزيز المرونة الاستراتيجية، وتحسين إدارة الموارد، ورفع كفاءة التشغيل، وهو ما يتوافق مع الاتجاهات الدولية الحديثة.

ويشير بدوي وآخرون (2024) إلى أن المؤسسات التعليمية في المملكة بدأت بتطبيق نماذج حديثة للاستدامة المؤسسية، تشمل إعادة الهيكلة وتنظيم العمليات لتحسين الأداء وتحقيق استمرارية طويلة المدى، في ضوء التحولات التعليمية والتكنولوجية.

وتوضح الأدبيات الأجنبية مثل (Siyal et al. (2022 أن المؤسسات العربية، ومنها السعودية، تشهد نمواً متسارعاً في تبني الاستدامة كجزء من السياسات المؤسسية الرسمية، ما يعزز مساهمتها في الاقتصاد الوطني ويحسن مستويات التنافسية الإقليمية والدولية.

5.2.2 الدراسات المتعلقة بالاستدامة المؤسسية

أولاً: الدراسات العربية

· دراسة الوكيل (2025)

تناولت دراسة الوكيل (2025) أثر الاستدامة المؤسسية في تعزيز قدرات المنظمات العامة على مواجهة الأزمات، من خلال دراسة تطبيقية على مديرية التموين بمحافظة القاهرة. أظهرت النتائج أن تبني ممارسات الاستدامة على مستوى الحوكمة والكفاءة التشغيلية يرفع قدرة المؤسسة على الاستجابة للأزمات مثل جائحة كوفيد-19. كما أكدت الدراسة أن الاستدامة تمثل إطاراً تنظيمياً متكاملًا يعزز المرونة، ويحسن جودة القرارات، ويدعم استمرارية تقديم الخدمة العامة. وتبرز أهمية هذه الدراسة في تركيزها على قدرة الاستدامة المؤسسية على دعم جاهزية المؤسسات في البيئات الحكومية.

· دراسة همام (2025)

استهدفت همام (2025) تقديم تصور مقترح لتعزيز الاستدامة المؤسسية في الجامعات المصرية في ضوء التهجين التنظيمي. وقد ركزت الدراسة على التحول نحو النظم الهجينة التي تجمع بين النمط التقليدي والرقمي، وأظهرت النتائج وجود تأثير قوي للحوكمة وبعدي الكفاءة الاقتصادية والاجتماعية في دعم الاستدامة داخل الجامعات. وأكدت الدراسة أن المؤسسات التعليمية التي تتبنى سياسات مستدامة تكون أكثر قدرة على التكيف، وإدارة الموارد البشرية والمعرفية بكفاءة، وتحقيق تميز أكاديمي وتشغيلي مستدام.

· دراسة بدوي، الحرون وحسين (2024)

قدّم بدوي وآخرون (2024) تحليلاً معمقاً لدور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية، من خلال دراسة المركز القومي لامتحانات والتقويم التربوي. وأظهرت النتائج أن تطبيق الأبعاد الأربعة للاستدامة (الاقتصادية، البيئية، الاجتماعية، والحوكمة) أسهم مباشرة في تحسين كفاءة عمليات إعادة الهيكلة، من خلال رفع جودة الأداء، وتعزيز الشفافية، ودعم المشاركة في اتخاذ القرار. وتؤكد الدراسة أهمية الدمج بين الاستدامة والتحول التنظيمي في المؤسسات التعليمية، بوصفه عاملاً محفزاً للنمو المؤسسي المستدام.

· دراسة Gomez-Trujillo et al. (2020)

قدّم Gomez-Trujillo وزملاؤه (2020) مراجعة منهجية للعلاقة بين الاستدامة والسمعة المؤسسية، وأكدوا أن الاستدامة المؤسسية تُعد مكوناً جوهرياً في الهوية التنظيمية للمؤسسات الحديثة. وأوضحت الدراسة أن الأبعاد البيئية والاجتماعية والحوكمة ESG تشكل الركائز الأساسية التي تبني من خلالها المؤسسات صورتها العامة، وأن دمج هذه الأبعاد في

الاستراتيجيات المؤسسية يؤدي إلى تحسين الأداء وتخفيض المخاطر. وتُعد هذه الدراسة من الدراسات المرجعية التي توضح الأساس النظري للاستدامة المؤسسية.

· دراسة (Singh et al. (2023

بحث Singh وزملاؤه (2023) العلاقة بين ممارسات الاستدامة وإدارة مخاطر الاستدامة والأداء المؤسسي، وأظهرت النتائج أن المؤسسات التي تطبق مؤشرات الاستدامة بشكل منهجي تحقق مستويات أعلى من الكفاءة التشغيلية، إضافة إلى تعزيز قدرتها على الحد من المخاطر البيئية والاجتماعية. كما بينت الدراسة أن الحوكمة الرشيدة تلعب دوراً محورياً في توجيه السياسات المستدامة داخل المؤسسات. وتبرز أهمية هذه الدراسة في تقديمها نموذجاً تحليلياً لعوامل النجاح في تطبيق الاستدامة المؤسسية.

· دراسة (Arous et al. (2025

حلّت Arous وزملاؤه (2025) أثر الممارسات المستدامة في المؤسسات السعودية على السمعة التنظيمية، مع التركيز على الدور الوسيط للمسؤولية الاجتماعية. وبينت النتائج أن تطبيق ممارسات الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة يسهم بشكل مباشر في تعزيز ثقة أصحاب المصلحة، ويدعم موقع المؤسسة التنافسي في السوق السعودي. وخلصت الدراسة إلى أن المؤسسات التي تتبنى إطار الاستدامة المؤسسية تحقق مستويات أعلى من القبول المجتمعي والاعتراف المهني، مما يعزز استمراريته.

يتضح من الدراسات الست أن الاستدامة المؤسسية تُعد إطاراً شاملاً يتكامل فيه البعد الاقتصادي مع الأبعاد الاجتماعية والبيئية والحوكمة لتحقيق الأداء المستدام. كما تظهر الدراسات الأجنبية أن الاستدامة ليست مجرد التزام أخلاقي، بل هي إستراتيجية تعزز الكفاءة التشغيلية وتدعم السمعة المؤسسية. أما الدراسات العربية، فقد ركزت على دور الاستدامة في تطوير الهياكل التنظيمية، ودعم المؤسسات في مواجهة الأزمات، وتفعيل الحوكمة في القطاعات الحكومية والتعليمية.

3.2 المتغير التابع

تُعد السمعة التنظيمية أحد المرتكزات الحيوية لنجاح المؤسسات في بيئات الأعمال المعاصرة، حيث أصبحت تمثل عنصراً استراتيجياً لا يقل أهمية عن الموارد المالية أو التكنولوجيا أو رأس المال البشري. فالسمعة هي الانطباع التراكمي الذي يشكل لدى الجمهور وأصحاب المصلحة نتيجة التفاعل مع المؤسسة على مدى زمني طويل، اعتماداً على مستوى جودة خدماتها، ومصداقية تعاملاتها، وشفافية ممارساتها، والالتزام بالقيم الأخلاقية والاجتماعية (Gidage & Bhide, 2024).

وقد أثبتت الأدبيات الحديثة أن السمعة القوية تسهم في تعزيز الولاء، وتحسين القدرة التنافسية، وجذب الكفاءات البشرية، ورفع القيمة السوقية للمؤسسة، بينما تؤدي السمعة الضعيفة إلى ضعف الثقة وزيادة المخاطر وانخفاض القدرة على الاستمرار. كما يشير Siyal et al. (2022) إلى أن المؤسسات ذات السمعة الإيجابية تكون أكثر قدرة على مواجهة الأزمات واستعادة استقرارها، لأن لديها رصيداً من الثقة يمنحها دعماً من المجتمع والعملاء.

وتكتسب السمعة التنظيمية أهمية مضاعفة في البيئات التنافسية التي يعتمد فيها العملاء على الصورة الذهنية لاتخاذ القرارات الشرائية، كما هو الحال في السوق السعودي الذي يشهد توسعاً في قطاع الخدمات، وتنافساً حاداً بين الشركات الحكومية والخاصة. وفي هذا السياق، تُعد السمعة التنظيمية أحد المؤشرات الرئيسة التي تُقِيم من خلالها مستويات الأداء المؤسسي، ودرجة الالتزام بالقيم المهنية والمسؤولية الاجتماعية.

في ضوء ذلك، يتناول هذا البحث الأسس النظرية للسمعة التنظيمية، من حيث مفاهيمها، وأبعادها، والعوامل المؤثرة فيها، مع استعراض دور المسؤولية الاجتماعية والاستدامة في تعزيزها.

1.3.2 تعريف السمعة التنظيمية

قدمت الأدبيات الإدارية عدداً من التعريفات التي توضح مفهوم السمعة التنظيمية، إلا أنها تتقاطع عند فكرة جوهرية، وهي أن السمعة ليست مجرد صورة آنية، بل هي حصيلة تراكمية للانطباعات التي تتكون لدى أصحاب المصلحة نتيجة تقييمهم لممارسات المؤسسة عبر الزمن.

يشير محمود وعبدالوهاب (2024) إلى أن السمعة التنظيمية تمثل الحكم المتكون لدى الجمهور تجاه المؤسسة، بناءً على جودة خدماتها، وأدائها المهني، ومستوى مصداقيتها. ويرى الباحثان أن السمعة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعدالة التنظيمية والقيادة الأخلاقية، وأن تحسينها يتطلب سلوكاً إدارياً منسجماً مع القيم المهنية في مختلف مستويات المنظمة.

من جانب آخر، يعرف السلمي وشعبي (2024) السمعة التنظيمية بأنها إدراك

داخلي وخارجي مبني على تجارب العملاء والموظفين والمجتمع مع المؤسسة، يتشكل من خلال الاستجابات المتراكمة لأفعالها وقراراتها وسياساتها. ويشير إلى أن السمعة تمثل رصيداً غير ملموس لكنه ذو قيمة استراتيجية، حيث يساهم في بناء الثقة وتعزيز القدرة التنافسية.

أما في الأدبيات الأجنبية، فقد عرّفت (Yan et al. (2022 السمعة التنظيمية بأنها التقييم الجماعي لمصادقية المؤسسة، وجودة مخرجاتها، والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية، وهي تقييم يتشكل عبر الزمن بفعل الخبرات المباشرة وغير المباشرة. وتوضح الدراسة أن السمعة ليست مجرد نتيجة للأداء الاقتصادي، بل ترتبط أيضاً بالممارسات الأخلاقية والحوكمة والالتزام الاجتماعي.

ويقدم (Le (2023 تعريفاً أكثر شمولية: إذ يرى أن السمعة التنظيمية تمثل انعكاساً لصورة المؤسسة الذهنية لدى جمهورها، وتتشكل أحد الأصول الاستراتيجية التي تؤثر في سلوك العملاء، وقرارات الموظفين، والمكانة السوقية. ويؤكد أن السمعة لا تتكون من نتائج قصيرة الأمد بل من سلوك طويل المدى يعكس استمرارية القيم والالتزامات.

وفي السياق نفسه، تشير دراسة (Gidage & Bhide (2024 إلى أن السمعة تُعد نقطة الالتقاء بين الأداء الأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي للمؤسسة، وأنها تتأثر بعوامل مثل المسؤولية الاجتماعية، والإفصاح، والشفافية، وصورة العلامة التجارية، ما يجعلها متغيراً مركزياً يمكن أن يفسر تباين الأداء بين المؤسسات في القطاع نفسه.

وبذلك يمكن القول إن السمعة التنظيمية هي "الحكم التراكمي الذي يتشكل لدى الجمهور حول المؤسسة، بناءً على مزيج من الأداء الاقتصادي، والقيم الأخلاقية، والمسؤولية الاجتماعية، والحوكمة، وجودة التفاعل مع أصحاب المصلحة". وهذا التعريف يتوافق مع طبيعة الدراسة الحالية التي تربط بين الاستدامة المؤسسية بوصفها ممارسة طويلة الأمد وبين السمعة التنظيمية بوصفها نتاجاً تراكمياً لهذه الممارسات.

2.3.2 مكونات السمعة التنظيمية وأبعادها الرئيسية

تُعد السمعة التنظيمية نتاجاً تراكمياً لمجموعة من العناصر التي تتفاعل فيما بينها لتشكّل الانطباع العام لدى الجمهور وأصحاب المصلحة حول المؤسسة. وقد أكدت الأدبيات أن السمعة التنظيمية ليست بُعداً واحداً، بل هي بناءٌ متعدد الأبعاد يتضمن عناصر مالية وإدارية وسلوكية واتصالية واجتماعية، تتكامل جميعها لتقديم صورة شاملة عن المؤسسة (Gidage & Bhide, 2024).

ويشير (Le (2023 إلى أن السمعة التنظيمية تُعد انعكاساً لمستوى جودة علاقات المؤسسة مع بيئتها الداخلية والخارجية، وأن مكوناتها تختلف باختلاف طبيعة القطاع، إلا أن هناك أبعاداً رئيسية تكاد تتفق عليها معظم النماذج التحليلية. وفي هذا السياق، تتناول الأدبيات أربعة محاور مركزية تمثل الركائز الجوهرية لتكوين السمعة، وهي: جودة الأداء، المصادقية والشفافية، المسؤولية الاجتماعية، والصورة الذهنية والعلامة التجارية.

وتعكس هذه الأبعاد مجتمعةً الحضور المعرفي والمهني والأخلاقي للمؤسسة، وتُمكن أصحاب المصلحة من تكوين تقييم شامل بشأن موثوقيتها وقدرتها على تحقيق الوعود والتزاماتها. وفيما يلي تحليل معمق لهذه الأبعاد:

جودة الأداء Performance Quality

تُعد جودة الأداء أحد أهم المكونات التي تقوم عليها السمعة التنظيمية، نظراً لارتباطها المباشر بقدرة المؤسسة على تقديم منتجات أو خدمات تلبي توقعات العملاء. ويرى (Siyal et al. (2022 أن جودة الأداء تمثل المحرك الأول لإدراك العملاء لقيمة المؤسسة، وأن الأداء الجيد يولد ثقة مستمرة تمتد إلى مختلف الفئات المستفيدة.

كما أكد السلمي وشعبي (2024) في دراستهما أن جودة الأداء الإداري والخدمي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسمعة التنظيمية، حيث إن الموظفين يقيمون المؤسسة بناءً على جودة بيئة العمل، بينما يقيم العملاء المؤسسة بناءً على جودة الخدمة المقدمة.

وتشمل جودة الأداء عناصر مثل: الكفاءة التشغيلية، الالتزام بالمواعيد، جودة المنتج، سرعة الاستجابة، مستوى الابتكار، وهذه جميعها تشكل أحد المؤشرات الجوهرية التي يعتمد عليها الجمهور في تكوين انطباعهم عن المؤسسة.

المصادقية والشفافية Credibility and Transparency

تُعد المصادقية عنصراً محورياً في بناء السمعة التنظيمية، إذ تؤثر في درجة ثقة الجمهور بالمؤسسة. وقد أوضحت دراسة (Yan et al. (2022 أن المصادقية تُعد مكوناً أساسياً للسمعة لأنها تمثل قدرة المؤسسة على الالتزام بوعودها، والوفاء بما تعلنه من قيم واستراتيجيات.

وترتبط الشفافية بمدى إتاحة المؤسسة للمعلومات ذات الصلة بأدائها المالي وغير المالي، إضافة إلى وضوح سياساتها وإجراءاتها. وقد بين محمود وعبد الوهاب (2024) أن

الشفافية التنظيمية تؤدي إلى تعزيز الثقة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة، وأن المؤسسات التي تخفي معلوماتها أو تتسم بالغموض قد تواجه تحديات حقيقية في بناء سمعتها. وتبرز أهمية هذا البعد في العصر الرقمي، حيث أصبح الجمهور قادراً على الوصول إلى المعلومات بسهولة، مما جعل المصداقية والشفافية من المتطلبات الأساسية لبناء سمعة قوية.

المسؤولية الاجتماعية Corporate Social Responsibility

أصبحت المسؤولية الاجتماعية اليوم من أهم مكونات السمعة التنظيمية، لأن الجمهور بات يقيّم المؤسسة من خلال مواقفها الاجتماعية والأخلاقية وليس فقط من خلال أدائها الاقتصادي. وتؤكد دراسة (Tuam, 2021) أن المؤسسات التي تظهر التزاماً حقيقياً بمسؤوليتها تجاه المجتمع تحقق مستويات أعلى من السمعة الإيجابية، خاصة عندما تتبنى برامج اجتماعية وتعليمية وتنموية ذات أثر ملموس.

كما تشير (Arous et al., 2025) إلى أن المؤسسات التي تتبنى ممارسات الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في السياق السعودي تحقق تأثيراً كبيراً على السمعة، لأن المجتمع السعودي أصبح أكثر وعياً بأهمية دور الشركات في التنمية الوطنية. وتشمل المسؤولية الاجتماعية عدداً من المجالات، مثل: دعم المبادرات المجتمعية، الالتزام بحقوق العاملين، حماية المستهلك، الاستثمار في البيئة، المشاركة في التنمية، وهذه الأنشطة تشكل رصيداً أخلاقياً يعود بشكل مباشر على مكانة المؤسسة في نظر الجمهور.

الصورة الذهنية والعلامة التجارية Corporate Image and Brand

تُعد الصورة الذهنية للمؤسسة أحد المكونات الأساسية للسمعة التنظيمية، لأنها تمثل الانطباع العام الذي يتشكل لدى الجمهور بناءً على ما يسمعون ويرونه حول المؤسسة. ويشير (Le, 2023) إلى أن الصورة الذهنية ليست مجرد انعكاس للأداء الفعلي، بل هي أيضاً نتيجة لجهود الاتصال المؤسسي والتسويق والعلاقات العامة.

كما يرى (Gidage & Bhide, 2024) أن العلامة التجارية تمثل البعد الرمزي للسمعة، فهي تختصر هوية المؤسسة، وتحفز إدراكاً معرفياً وعاطفياً لدى العملاء، الأمر الذي يجعل الشركات تستثمر بشكل كبير في بناء علامتها التجارية لتحسين سمعتها وزيادة قيمتها السوقية. وتتأثر الصورة الذهنية بمجموعة من العوامل، مثل: جودة الاتصال، أسلوب التفاعل مع العملاء، مستوى الظهور الإعلامي، الاستجابة للآزمات، وقصص النجاح التي تنشرها المؤسسة.

توضح الأدبيات أن هذه الأبعاد الأربعة لا تعمل بشكل منفصل، بل تتفاعل لتشكل بناءً متكاملًا للسمعة التنظيمية. فالمؤسسة ذات الأداء القوي تحتاج إلى شفافية للحفاظ على الثقة، كما أن جودة الأداء تحتاج إلى دعم من الصورة الذهنية والعلامة التجارية، بينما تقوم المسؤولية الاجتماعية بدور الوسيط الاستراتيجي بين المؤسسة والمجتمع.

وقد أكدت الدراسات الأجنبية مثل (Kumari et al., 2021) أن التفاعل بين هذه الأبعاد يمثل الأساس الذي تقوم عليه السمعة القوية والمستدامة، وأن المؤسسات التي تدمج هذه الأبعاد ضمن استراتيجياتها تحقق درجات أعلى من القبول والتنافسية.

3.3.2 العوامل المؤثرة في بناء السمعة التنظيمية

تتأثر السمعة التنظيمية بمجموعة واسعة من العوامل التي تتفاعل فيما بينها لتشكل الانطباع النهائي الذي يتكوّن لدى أصحاب المصلحة عن المؤسسة. وتؤكد الأدبيات أن السمعة ليست نتاج عامل واحد، بل هي حصيلة تداخل عناصر اقتصادية وإدارية وأخلاقية واتصالية واجتماعية (Gidage & Bhide, 2024). كما تشير الدراسات العربية الحديثة، مثل دراسة السلمي وشعبي (2024)، إلى أن العوامل المؤثرة في السمعة تتميز بالتنوع والتعقيد، وأن فهمها يمثل مدخلاً أساسياً لتحسين الموقع التنافسي للمؤسسة. ويمكن تناول أهم العوامل المؤثرة في بناء السمعة التنظيمية على النحو الآتي:

جودة القيادة Leadership Quality

تُعد القيادة أحد أقوى المحركات المؤثرة في السمعة التنظيمية، لما لها من دور محوري في صياغة الثقافة الداخلية، وتوجيه استراتيجيات المؤسسة، والتحكم في مستوى الشفافية والتواصل. وقد أثبتت الدراسات أن أنماط القيادة المختلفة—وخاصة التحولية والأخلاقية—تؤثر بصورة مباشرة في السمعة من خلال السلوكيات والقيم التي تعبر عنها الإدارة العليا. فقد أوضح السلمي وشعبي (2024) أن القيادة التحولية تساهم في تعزيز السمعة من خلال إلهام العاملين، ودعم الابتكار، ورفع جودة الخدمات. بينما أظهرت دراسة محمود وعبد الوهاب (2024) أن القيادة الأخلاقية تُعد العامل الأكثر تأثيراً في السمعة، لأنها ترتبط بالمصداقية والالتزام المؤسسة بالقيم، وتحدّ من الممارسات غير النزيهة، وبالتالي تعزز ثقة أصحاب المصلحة.

جودة الخدمات والمنتجات Product and Service Quality

تظل جودة ما تقدمه المؤسسة من خدمات أو منتجات العامل الأول الذي يقيس من خلاله العملاء قيمة المؤسسة. وقد أوضح (Siyal et al. (2022 أن التجربة المباشرة للعميل هي المحرك الأساسي لتكوين الانطباعات، وأن أي تراجع في مستوى الجودة يؤدي إلى تآكل السمعة مهما كانت قوة العوامل الأخرى.

كما تشير الأدبيات العربية مثل دراسة الحمدي (2024) إلى أن جودة الخدمات تمثل الأساس الذي يُبنى عليه تقييم المستهلكين للسمعة، وأن المؤسسات التي تعتمد معايير جودة واضحة، وتستجيب بفعالية للشكاوى، تبني سمعة مستقرة وقوية.

الاتصال المؤسسي والشفافية Corporate Communication and Transparency

يُعد الاتصال المؤسسي قناة رئيسية لنقل صورة المؤسسة إلى الجمهور، وهو من أكثر العوامل تأثيراً في إدراك السمعة. وقد بينت دراسة (Yan et al. (2022 أن الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية تعزز الثقة، بينما يؤدي الغموض أو التضليل إلى تدمير سمعة المؤسسة حتى لو كان أداؤها الداخلي جيداً.

كما توضح الأدبيات أن الاتصال الفعال يشمل إدارة العلاقات العامة، والإعلام المؤسسي، وحضور المؤسسة الرقمي، والقدرة على صياغة رسائل اتصالية متناسقة تعبر عن قيمها وهويتها. فالصورة الاتصالية المدروسة تساهم في تحسين الانطباعات، وتعزيز صورة المؤسسة بشكل مستمر (Le, 2023).

المسؤولية الاجتماعية والاستدامة CSR and Sustainability

تشير الدراسات الحديثة إلى أن المسؤولية الاجتماعية والاستدامة أصبحتا من أبرز العوامل المؤثرة في السمعة التنظيمية، لأن أصحاب المصلحة أصبحوا أكثر وعياً بضرورة التزام الشركات بدورها تجاه المجتمع والبيئة. فقد أوضحت دراسة (Arous et al. (2025 أن المؤسسات السعودية التي تطبق ممارسات الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية تحقق مستويات أعلى من ثقة المجتمع، وأن هذا التأثير يكون أقوى حين تكون البرامج الاجتماعية واضحة وذات أثر مباشر.

كما تؤكد دراسة (Kumari et al. (2021 أن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والسمعة ليست علاقة مباشرة فقط، بل تتوسطها عناصر مثل الثقة التنظيمية والالتزام، ما يجعل هذا العامل ذا تأثير متعدد الأبعاد.

الثقافة التنظيمية Organizational Culture

تؤثر الثقافة التنظيمية بشكل كبير في السمعة لأنها تشكل السلوك الداخلي للعاملين وتوجهاتهم، وهو ما ينعكس على تجربة العملاء والمجتمع. ويشير (Siyal et al. (2022 إلى أن الثقافة القائمة على التعاون، والاحترام، والعدالة، والجودة، تساهم في تعزيز السمعة لأنها تخلق تجربة متناسقة عبر جميع نقاط الاتصال.

كما أوضحت دراسة جهلول وخضير (2021) أن الثقافة الداعمة للابتكار والاستدامة تولد مواقف إيجابية لدى العاملين، مما يُترجم إلى خدمة أفضل للعميل وممارسات مسؤولة ترفع من السمعة التنظيمية.

الاستجابة للأزمات Crisis Response Capability

تُعد طريقة تعامل المؤسسة مع الأزمات أحد أكثر العوامل تأثيراً في السمعة، حيث تُظهر الأزمة مدى جاهزية المؤسسة، وفعالية قيادتها، وصدق التزامها تجاه الأطراف المتضررة. وقد بينت الوكيل (2025) أن المؤسسات التي تمتلك آليات واضحة للاستجابة السريعة والشفافة للأزمات تحافظ على سمعتها وتستعيد ثقة المجتمع بسرعة أكبر. وفي السياق نفسه، تؤكد الأدبيات العالمية أن الاستجابة الأخلاقية، والاعتذار عند الخطأ، والشفافية في الإفصاح، تُعد عناصر حاسمة في حماية السمعة أثناء الأزمات (Gidage & Bhide, 2024).

الابتكار والتطوير المستمر Innovation and Continuous Improvement

تؤدي قدرة المؤسسة على الابتكار إلى تعزيز صورتها بوصفها مؤسسة رائدة ومواكبة للتغيرات، مما يرفع قيمتها لدى العملاء. وقد أظهرت دراسة (Singh et al. (2023 أن الابتكار يرتبط مباشرة بالسمعة من خلال تحسين جودة الخدمة، وتقليل الهدر، وتعزيز القدرة على المنافسة.

وتشير الأدبيات العربية كذلك إلى أن المؤسسات التي تعتمد الابتكار في إطار الاستدامة التنظيمية تحقق مستويات أعلى من القبول المجتمعي والاحترام المهني (بدوي وآخرون، 2024).

4.3.2 الدراسات المتعلقة بالسمعة التنظيمية

تشير الأدبيات الحديثة إلى أن السمعة التنظيمية أصبحت من أهم الأصول غير الملموسة التي تبني عليها المؤسسات قدرتها التنافسية واستقرارها طويل الأمد. ويُظهر

تحليل الدراسات العربية والأجنبية أن بناء السمعة يتأثر بعوامل متعددة تشمل القيادة، المسؤولية الاجتماعية، جودة الخدمات، الحوكمة، والثقة التنظيمية. فيما يلي عرض لست دراسات تم اختيارها لارتباطها الوثيق بموضوع السمعة التنظيمية.

· دراسة السلمي وشعبي (2024)

بحث السلمي وشعبي (2024) دور القيادة التحويلية في تعزيز السمعة التنظيمية لدى الإداريين في الشؤون الصحية بمحافظة جدة. وأظهرت النتائج وجود تأثير مباشر للقيادة التحويلية في تحسين السمعة التنظيمية عبر دعم الابتكار، ورفع جودة الخدمة، وتحفيز العاملين. وأكدت الدراسة أن السمعة لا تُبنى بالاتصال الخارجي فقط، بل تبدأ من الداخل عبر تمكين الموظفين وتطوير كفاءاتهم. وتعد هذه الدراسة ذات دلالة خاصة لكونها أجريت في بيئة سعودية مشابهة لسياق الدراسة الحالية .

· دراسة محمود وعبد الوهاب (2024)

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين القيادة الأخلاقية والسمعة التنظيمية في مستشفى صلاح الدين العام، من خلال استطلاع آراء الأطباء والمرضى. وأظهرت النتائج أن القيادة الأخلاقية—من خلال العدالة، النزاهة، والالتزام—تُعد المحرك الأقوى في بناء السمعة داخل المؤسسات الصحية. وأوضحت الدراسة أن الممارسات الأخلاقية للإدارة تُحفز الثقة وتُعزز التصورات الإيجابية تجاه المؤسسة، مما يعكس ارتباطاً وثيقاً بين الأخلاق والسمعة .

· دراسة حمدي (2025)

استهدفت حمدي (2025) دراسة دور التدريب في تعزيز السمعة التنظيمية في الحرم النبوي، من خلال تحليل أثر البرامج التدريبية على أداء العاملين وتفاعلهم مع الزوار. وأظهرت النتائج أن التدريب المستمر يساهم في رفع جودة الخدمة وتحسين سلوك العاملين، وهو ما ينعكس مباشرة على السمعة التنظيمية. كما أكدت الدراسة أن السمعة تتأثر بشكل حاسم بتجارب العملاء اليومية، وأن الاستثمار في رأس المال البشري يمثل أحد أكثر العوامل تأثيراً في السمعة .

· دراسة Yan et al. (2022)

بحث Yan وزملاؤه (2022) العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والثقة التنظيمية والسمعة، وأظهرت النتائج أن تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية يحسن الثقة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة، مما يؤدي بدوره إلى تحسين السمعة التنظيمية. وقد أبرزت الدراسة الدور الوسيط للثقة، مؤكدة أن السمعة لا تتحقق بمجرد تنفيذ المبادرات الاجتماعية، بل عبر إدراك المجتمع لصدق التزام المؤسسة. وتعد هذه الدراسة معيارية في ربطها بين CSR والسمعة على مستوى عالمي.

· دراسة Le (2023)

حللت دراسة Le (2023) أثر الصورة المؤسسية والسمعة التنظيمية في تعزيز ولاء العملاء لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة. وأوضحت النتائج أن السمعة التنظيمية تلعب دوراً محورياً في قرار العميل بالاستمرار، وأنها تتأثر بجودة الخدمة، والاتصال المؤسسي، والمسؤولية الاجتماعية. كما شددت الدراسة على أن السمعة تُعد أصلاً استراتيجياً يعزز القدرة التنافسية للمؤسسة، خصوصاً في الأسواق المتقلبة.

· دراسة Gidage & Bhide (2024)

استهدفت هذه الدراسة تحليل دور المسؤولية الأخلاقية والممارسات الخضراء في بناء السمعة التنظيمية، وخلصت إلى أن السمعة تتشكل من خلال سلوك المؤسسة الأخلاقي إلى جانب التزاماتها البيئية. كما بينت أن المؤسسات التي تطبق ممارسات استدامة بيئية وأخلاقية تحقق مستويات أعلى من السمعة مقارنة بالمؤسسات التقليدية. وتبرز أهمية الدراسة في توضيح أن السمعة تعتمد على تفاعل بين العوامل الأخلاقية والبيئية والأداء المؤسسي.

يتضح من الدراسات العربية الثلاث أن القيادة وتطوير العاملين والالتزام الأخلاقي هي المحركات الأساسية للسمعة التنظيمية في المؤسسات العربية، وخاصة المؤسسات الصحية والخدمية. بينما تشير الدراسات الأجنبية إلى أن المسؤولية الاجتماعية والصورة المؤسسية والالتزام البيئي تشكل محركات أساسية للسمعة في السياقات العالمية.

4.2 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تُعد العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية من العلاقات المحورية التي تناولتها الأدبيات الإدارية المعاصرة، نظراً لما تتمتع به الاستدامة من تأثير مباشر وغير مباشر في الصورة الذهنية للمؤسسات لدى الجمهور وأصحاب المصلحة. وقد أصبحت الاستدامة—بأبعادها الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والحوكمة—من المؤشرات الرئيسة

التي تُقاس بها قوة المؤسسة ومصداقيتها ومسؤوليتها، وهي ذاتها الأسس التي يقوم عليها بناء السمعة التنظيمية (Gomez-Trujillo et al., 2020).

وتبيّن الدراسات الحديثة أن المؤسسات التي تتبنى ممارسات الاستدامة لا تحقق فقط أداءً تشغيليًا مستقرًا، بل تبني كذلك رصيدًا من الثقة والقبول العام، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على سمعتها وقيمتها السوقية. وفي السياق العربي والسعودي على وجه الخصوص، أظهرت مجموعة من الدراسات أن تبني الاستدامة أصبح أحد العوامل الحاسمة في تشكيل صورة المؤسسة وتعزيز تنافسيتها (Arous et al., 2025).

ويُعالج هذا المبحث العلاقة بين المتغيرين من خلال تحليل الأسس النظرية، وبيان نماذج التأثير، واستعراض الأدلة البحثية التي أثبتت ترابط الاستدامة والسمعة.

1.4.2 الأساس النظري للعلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية

تعتمد السمعة التنظيمية على مجموعة من التصورات التي تتكون لدى العملاء والمجتمع حول المؤسسة، وهذه التصورات تتأثر بدرجة كبيرة بممارسات المؤسسة في الجوانب الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية. وبالنظر إلى أن الاستدامة المؤسسية تضم أربعة أبعاد رئيسية—الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، والحوكمة—فإنها تمثل الإطار الأشمل الذي يُبنى عليه الانطباع العام تجاه المؤسسة.

البعد الاقتصادي ودوره في تعزيز السمعة

يمثل الأداء الاقتصادي المستدام أحد مؤشرات الاستقرار والثقة. وقد أشارت Le (2023) إلى أن المؤسسات التي تحقق نموًا اقتصاديًا مستدامًا تُنظر إليها من قبل العملاء والمستثمرين بوصفها مؤسسات قوية، قادرة على الوفاء بالتزاماتها، مما يعزز سمعتها التنظيمية.

كما تؤكد دراسات عربية مثل بدوي وآخرون (2024) أن الاستدامة الاقتصادية—من خلال إدارة الموارد بكفاءة وتبني نماذج مالية فعّالة—تسهم في ترسيخ صورة إيجابية لدى أصحاب المصلحة.

البعد البيئي وتكوين صورة المؤسسة الأخلاقية

تعد الممارسات البيئية أحد أهم المؤشرات التي يُقيّم من خلالها المجتمع مدى التزام المؤسسة بمسؤوليتها الأخلاقية. وأوضحت دراسة (Gidage & Bhide, 2024) أن تبني الشركات لممارسات خضراء يعزز صورتها بوصفها مؤسسات مسؤولة، مما يرفع مستوى تقدير الجمهور لها.

كما كشفت دراسة (Arous et al., 2025) أن المؤسسات السعودية التي تطبق برامج حماية البيئة والانبعاثات تحقق ارتفاعًا ملحوظًا في السمعة التنظيمية.

البعد الاجتماعي وبناء الثقة

يشمل البعد الاجتماعي حقوق العاملين، السلامة المهنية، تنمية المجتمع، والالتزام بقيم العدالة. وقد أوضح (Yan et al., 2022) أن المسؤولية الاجتماعية تعد من أقوى المؤثرات في السمعة التنظيمية، لأنها ترتبط مباشرة بالقيم الأخلاقية. وفي السياق العربي، أكد حمدي (2025) أن تحسين تجربة المستفيدين والمستوى المهني للعاملين، وهو جزء من البعد الاجتماعي، يؤدي إلى تحسين السمعة التنظيمية للمؤسسة بشكل كبير.

بُعد الحوكمة وتعزيز المصداقية

ترتبط الحوكمة بوضوح السياسات، الشفافية، المساءلة، ومكافحة الفساد. وتشير الدراسات الأجنبية مثل (Singh et al., 2023) إلى أن المؤسسات التي تمتلك نظام حوكمة قوي تُقيم بإيجابية من قبل العملاء، ما ينعكس على السمعة.

كما أكدت الوكيل (2025) أن الحوكمة إحدى أهم الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسات الحكومية لتعزيز الثقة والسمعة في الأزمات.

2.4.2 نماذج تأثير الاستدامة المؤسسية في السمعة التنظيمية

نموذج التأثير المباشر

تشير العديد من الدراسات إلى وجود علاقة مباشرة بين ممارسات الاستدامة وتحسين السمعة. فكلما ارتفعت مستويات الاستدامة في الجوانب البيئية والاجتماعية والحوكمة، انعكس ذلك في صورة إيجابية للمؤسسة (Gomez-Trujillo et al., 2020). كما أظهرت نجدات عربية مثل السلمي وشعبي (2024) أن تحسين مستوى العدالة والابتكار—كجزء من الاستدامة الداخلية—يسهم في تعزيز السمعة لدى الموظفين والعملاء.

نموذج التأثير غير المباشر عبر المسؤولية الاجتماعية

بيّنت دراسة (Yan et al., 2022) أن الاستدامة تؤثر في السمعة عبر دور الوسيط

المتمثل في المسؤولية الاجتماعية، حيث تتخذ المؤسسة برامج ومبادرات اجتماعية تعكس هويتها المستدامة، فيترجمها الجمهور إلى تقدير واحترام وثقة. ودعمت دراسة Arous et al. (2025) هذا الاتجاه بقولها إن المسؤولية الاجتماعية تمثل الجسر الذي تنتقل من خلاله المؤسسات السعودية ممارسات الاستدامة إلى الجمهور.

نموذج التأثير الاستراتيجي طويل الأمد

يذهب Gomez-Trujillo et al. (2020) إلى أن العلاقة بين الاستدامة والسمعة علاقة تراكمية، إذ تتشكل السمعة على مدى طويل بناءً على ممارسات ثابتة ومستقرة في مجال الاستدامة وليس من خلال مبادرات آنية.

3.4.2 الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية

تُظهر الأدبيات المعاصرة تزايداً ملحوظاً في الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، إذ باتت الاستدامة—بأبعادها الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والحوكمة—مكوناً أساسياً يُبنى عليه إدراك الجمهور للمؤسسة، ومن ثم تتشكل السمعة التنظيمية. وقد جاءت الدراسات التالية لتؤكد هذا الترابط على مستويات مختلفة.

الدراسات العربية

❖ دراسة Arous et al. (2025) – السياق السعودي

تناولت دراسة أروس وزملائه (2025) أثر الممارسات المستدامة في تحسين السمعة التنظيمية داخل المؤسسات السعودية، مع التركيز على الدور الوسيط للمسؤولية الاجتماعية. وقد بيّنت النتائج أن تبني ممارسات الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة يسهم بشكل مباشر في تعزيز ثقة المجتمع، ويزيد من احترام المؤسسة، مما ينعكس على السمعة التنظيمية. وأكد الباحثون أن المسؤولية الاجتماعية تمثل القناة التي تنتقل عبرها جهود الاستدامة إلى إدراك الجمهور، وهو ما يدعم الفرضية بأن الاستدامة تعد مدخلاً أساسياً لبناء السمعة في السياق السعودي.

❖ دراسة بدوي وآخرون (2024)

على الرغم من أن دراسة بدوي وآخرون (2024) ركزت على دور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية، إلا أنها أشارت بشكل واضح إلى أن تحسين الاستدامة—ولا سيما في أبعاد الحوكمة والبعد الاجتماعي—ينعكس على صورة المؤسسة في المجتمع. وأظهرت الدراسة أن المؤسسات التي تتمتع بدرجة عالية من الشفافية والمشاركة والعدالة تحقق مستويات أعلى من القبول الاجتماعي، ما يمثل أحد مكونات السمعة التنظيمية غير المباشرة. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها أكدت أن الاستدامة تمنح المؤسسات مصداقية أكبر لدى أصحاب المصلحة.

❖ دراسة الوكيل (2025)

أوضحت الوكيل (2025) في دراستها حول الاستدامة المؤسسية وقدرة المؤسسات الحكومية على مواجهة الأزمات أن تطبيق ممارسات الاستدامة—خاصة الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية—يحسن الصورة الذهنية للمؤسسة ويزيد من ثقة المواطنين بها خلال الأزمات. وأكدت الدراسة أن ارتفاع مستوى الاستدامة يعزز إدراك المجتمع لمصداقية المؤسسة، مما يؤدي إلى تحسين سمعتها العامة. وتماشى نتائج هذه الدراسة مع الاتجاه القائل بأن الاستدامة ليست فقط أداة للداخل التنظيمي، بل هي عنصر جوهري لصناعة السمعة في القطاع الحكومي.

❖ دراسة Gomez-Trujillo et al. (2020)

قدّم Gomez-Trujillo وزملاؤه (2020) إحدى أهم الدراسات في الربط بين الاستدامة والسمعة، حيث تناولوا العلاقة السببية بينهما من خلال تحليل شامل للدراسات الدولية. وأظهرت النتائج أن ممارسات الاستدامة—ولا سيما المسؤولية الاجتماعية والحوكمة—تشكل حجر الأساس في بناء السمعة، وأن المؤسسات التي تعتمد نماذج استدامة قوية تُنظر إليها بوصفها مؤسسات مسؤولة وذات قيمة اجتماعية عالية. كما بيّنت الدراسة أن هذا الارتباط ذو طبيعة تراكمية طويلة المدى.

❖ دراسة Yan et al. (2022)

اختبرت هذه الدراسة تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية كجزء من ممارسات الاستدامة على السمعة التنظيمية، مع التركيز على دور الثقة التنظيمية بوصفها متغيراً وسيطاً. وقد توصل Yan وزملاؤه (2022) إلى أن تبني برامج المسؤولية الاجتماعية المدعومة بأنظمة حوكمة فعالة يرفع مستويات الثقة لدى الجمهور، ويعزز السمعة بشكل مباشر. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها أوضحت أن السمعة لا تبني عبر الاستدامة وحدها، بل عبر

كيفية إدراك المجتمع لهذه الممارسات على أنها صادقة وليست لأغراض تسويقية.

❖ دراسة (Gidage & Bhide (2024

ركزت دراسة (Gidage & Bhide (2024 على الدور الذي تلعبه الاستدامة الأخلاقية والممارسات البيئية الخضراء في تعزيز السمعة التنظيمية. وأظهرت النتائج أن المؤسسات التي تلتزم بمعايير الاستدامة الأخلاقية، وتطبق سياسات بيئية واضحة، تحقق مستويات أعلى من السمعة مقارنة بالمؤسسات التقليدية. وأكدت الدراسة أن الجمهور أصبح أكثر وعياً بالأبعاد البيئية، وأن السمعة باتت تعتمد بدرجة كبيرة على تبني ممارسات صديقة للبيئة.

5.2 الخاتمة

يُظهر العرض النظري لمتغيري الدراسة الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية أن كليهما يمثلان حجر الزاوية في بناء الكفاءة المؤسسية ورفع القدرة التنافسية للمنظمات في البيئات الحديثة. فقد أوضح الإطار النظري أن الاستدامة المؤسسية لم تعد مجرد توجه اختياري أو ممارسة تشغيلية محدودة، بل أصبحت نموذجاً إدارياً متكاملًا يهدف إلى تعزيز قدرة المؤسسة على الاستمرار من خلال أربعة أبعاد جوهرية: البعد الاقتصادي، والبيئي، والاجتماعي، والحوكمة. وتبين من الأدبيات أن هذه الأبعاد تسهم في تحسين جودة الأداء، وتفعيل إدارة الموارد، ورفع مستوى المسؤولية المؤسسية، ونشر القيم الأخلاقية والإدارية التي تشكل أساس الثقة بين المؤسسة وأطرافها ذات العلاقة.

وفي المقابل، أظهرت الأدبيات المتعلقة بالسمعة التنظيمية أنها تُعد أحد أهم الأصول غير الملموسة التي تملكها المؤسسة؛ إذ تمثل الانطباعات التراكمية المتشكّل لدى الجمهور نتيجة جودة الأداء، ودرجة المصداقية، ومستوى المسؤولية الاجتماعية، والصورة الذهنية المتولدة عن تعاملات المؤسسة. وقد بيّنت الدراسات أن السمعة التنظيمية تسهم مباشرة في جذب العملاء، واستقطاب الكفاءات، وتعزيز الولاء المؤسسي، وتحقيق استقرار تنافسي طويل الأمد.

وتوضح المباحث التي عرضت الربط بين المتغيرين أن الاستدامة المؤسسية تُعد مدخلًا استراتيجيًا لتحسين السمعة التنظيمية، وأن العلاقة بينهما علاقة تكاملية تقوم على التأثير التراكمي: فممارسات الاستدامة الشاملة في مجالات البيئة والمجتمع والحوكمة والاقتصاد تنتج صورة إيجابية لدى أصحاب المصلحة، مما يعزز الثقة ويقوّي إدراك الجمهور لقيمة المؤسسة. وقد أثبتت الدراسات العربية والأجنبية على حد سواء أن تبني المؤسسات لمبادئ الاستدامة يؤدي إلى تحسين السمعة عبر تعزيز المصداقية والشفافية والالتزام الأخلاقي، وأن المسؤولية الاجتماعية تؤدي دور الوسيط الرئيس الذي تنتقل عبره جهود الاستدامة إلى وعي الجمهور.

وبذلك يبرهن الإطار النظري على أن الاستدامة المؤسسية لا تعمل فقط على تحسين الأداء الداخلي، بل تمتد آثارها نحو بناء سمعة قوية تسهم في دعم بقاء المؤسسة واستمراريتها في بيئة تنافسية متغيرة وسريعة التطور. كما يبرز الترابط الوثيق بين المتغيرين أهمية تضمين الاستدامة في التخطيط الاستراتيجي، بوصفها محركاً رئيساً لصياغة وتطوير السمعة التنظيمية، خاصة في السياقات المهنية المعاصرة التي تشهد ارتفاعاً في توقعات المجتمع وازدياداً في متطلبات الشفافية والمساءلة.

وتؤسس هذه الخاتمة لأهمية إجراء الدراسة الحالية التي تسعى إلى تحليل هذا الارتباط بصورة دقيقة؛ للتحقق من مدى تأثير الاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة في تعزيز السمعة التنظيمية، بما يُثري المعرفة العلمية ويقدم دعماً عملياً لصانعي القرار داخل المؤسسات.

□

1.3 المقدمة

يتناول هذا الفصل الإطار المنهجي المتبع في دراسة أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها الأربعة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية) على السمعة التنظيمية للشركات السعودية. يُعد هذا الفصل حجر الأساس الذي تُبنى عليه مصداقية النتائج وموثوقيتها، إذ يستعرض المنهج العلمي المستخدم، والتعريفات الإجرائية للمتغيرات، وتصميم البحث، ومجتمع وعينة الدراسة، فضلاً عن أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي المعتمدة.

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة السببية بين ممارسات الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، وذلك في سياق بيئة الأعمال السعودية التي تشهد تحولات جوهرية في إطار رؤية المملكة 2030. ولتحقيق هذا الهدف، تم تبني منهجية بحثية صارمة تجمع بين الأسس النظرية الراسخة والتطبيق الميداني الدقيق.

2.3 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

المتغير المستقل: الاستدامة المؤسسية

تُعرف الاستدامة المؤسسية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: "مجموعة الممارسات والسياسات التي تتبناها الشركات السعودية لتحقيق التوازن بين الأداء الاقتصادي والمسؤولية البيئية والالتزام الاجتماعي وتطبيق مبادئ الحوكمة الرشيدة، بما يضمن استمرارية الأعمال وخلق قيمة مستدامة لجميع أصحاب المصلحة".

وتتضمن الاستدامة المؤسسية الأبعاد الفرعية التالية:

- **أولاً: البُعد الاقتصادي** يُقاس إجرائياً من خلال قدرة الشركة على تحقيق الربحية المستدامة، والنمو طويل الأجل، وكفاءة استخدام الموارد، والمساهمة في التنمية الاقتصادية المحلية، وتوفير فرص العمل، والالتزام بمعايير الشفافية المالية.
- **ثانياً: البُعد البيئي** يُقاس إجرائياً بمدى التزام الشركة بالمعايير البيئية، وتبني سياسات الحد من الانبعاثات الكربونية، وإدارة النفايات، واستخدام الموارد المتجددة، وتطبيق نظم الإدارة البيئية، والإفصاح عن الأثر البيئي للعمليات التشغيلية.
- **ثالثاً: البُعد الاجتماعي** يُقاس إجرائياً بمستوى اهتمام الشركة بتنمية الموارد البشرية، وضمان بيئة عمل آمنة وصحية، ودعم المجتمع المحلي، وتعزيز التنوع والشمول، والالتزام بمعايير العمل العادلة، والمشاركة في المبادرات المجتمعية.
- **رابعاً: الحوكمة المؤسسية** تُقاس إجرائياً بمدى تطبيق الشركة لمبادئ الشفافية والمساءلة، واستقلالية مجلس الإدارة، وفعالية نظم الرقابة الداخلية، وحماية حقوق المساهمين، والالتزام بأخلاقيات الأعمال، ومكافحة الفساد.

المتغير التابع: السمعة التنظيمية

تُعرف السمعة التنظيمية إجرائياً بأنها: "التقييم الإدراكي الجماعي لأصحاب المصلحة تجاه الشركة، والذي يتشكل بناءً على الخبرات السابقة والمعلومات المتاحة والتوقعات المستقبلية، ويؤثر في مستوى الثقة والدعم الممنوح للشركة".

وتُقاس السمعة التنظيمية من خلال المؤشرات التالية: جودة المنتجات والخدمات، والأداء المالي المُدرَك، وجاذبية بيئة العمل، ومستوى المسؤولية الاجتماعية، وجودة القيادة، والجاذبية العاطفية للعلامة التجارية.

3.3 تصميم البحث

الفلسفة البحثية (Research Philosophy)

تتبنى هذه الدراسة الفلسفة الوضعية (Positivism) كإطار فلسفي موجّه، وذلك انطلاقاً من الافتراضات التالية:

تنطلق هذه الفلسفة من أن الواقع الاجتماعي موضوعي وقابل للقياس، وأن المعرفة تُكتسب من خلال الملاحظة والتجربة المنهجية. كما تفترض أن الباحث يمكن أن يكون مستقلاً عن الظاهرة المدروسة، وأن العلاقات السببية بين المتغيرات قابلة للاختبار والتعميم.

ويُبرّر اختيار هذه الفلسفة بأن طبيعة الدراسة تتطلب اختبار فرضيات محددة حول العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، مما يستدعي اعتماد منهج كمي قائم على جمع بيانات رقمية وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج قابلة للتعميم.

وتعتمد الدراسة المدخل الاستنباطي (Deductive Approach) الذي ينطلق من النظرية إلى الملاحظة، وفق الخطوات التالية:

تبدأ العملية بمراجعة الأدبيات النظرية المتعلقة بالاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، ثم صياغة الفرضيات بناءً على الإطار النظري والدراسات السابقة. يلي ذلك تصميم أداة القياس واختبار صدقها وثباتها، ثم جمع البيانات الميدانية من عينة الدراسة. وأخيراً، يتم اختبار الفرضيات إحصائياً وتأكيد النظرية أو تعديلها.

وتتبنى هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بشقيه:

▪ **المنهج الوصفي المسحي:** يُستخدم لوصف واقع ممارسات الاستدامة المؤسسية في الشركات السعودية، ورصد مستوى السمعة التنظيمية لدى أصحاب المصلحة، من خلال جمع البيانات باستخدام الاستبانة.

▪ **المنهج التحليلي السببي:** يُستخدم لتحليل العلاقات السببية بين أبعاد الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، واختبار الفرضيات البحثية باستخدام أساليب التحليل الإحصائي المتقدمة.

ويُبرَّر اختيار هذا المنهج بأنه الأكثر ملاءمة لدراسة الظواهر الإدارية المعقدة التي تتطلب وصفاً دقيقاً للواقع وتحليلاً للعلاقات بين المتغيرات، كما أنه يتيح تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

وتعتمد الدراسة استراتيجية المسح (Survey Strategy) باعتبارها الأكثر شيوعاً في البحوث الوضعية، وذلك للأسباب التالية:

تتيح هذه الاستراتيجية جمع كمية كبيرة من البيانات من عينة واسعة بتكلفة معقولة، كما تُمكن من تعميم النتائج على مجتمع الدراسة. وتوفر بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، فضلاً عن سهولة المقارنة بين المجموعات المختلفة.

4.3 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

مجتمع البحث

يتكوّن مجتمع البحث في هذه الدراسة من جميع العاملين في الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) بمختلف قطاعاتها، والذين يشغلون مستويات وظيفية متنوعة تشمل الموظفين التنفيذيين، والمشرفين ورؤساء الأقسام، ومديري الإدارات، والمديرين العامين والتنفيذيين. ويُقدَّر حجم مجتمع البحث بنحو 223,000 موظف وموظفة يعملون في الشركات المدرجة في سوق تداول السعودية والبالغ عددها نحو 227 شركة موزعة على القطاعات الصناعية والخدمية والتجارية والمالية والمصرفية وغيرها، وذلك وفقاً لأحدث البيانات المتاحة من هيئة السوق المالية السعودية.

عينة البحث وطريقة أخذ العينات

نظراً لكبر حجم مجتمع البحث وتنوّع قطاعاته وتوزّعه الجغرافي الواسع في مختلف مناطق المملكة العربية السعودية، فقد اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل (Multi-Stage Stratified Random Sampling) لضمان تمثيل جميع القطاعات والمستويات الوظيفية بشكل متناسب. وقد تمّ تحديد حجم العينة باستخدام معادلة ستيفن ثومبسون (Steven Thompson) للمجتمعات الكبيرة عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ 5%، وذلك على النحو التالي:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[N-1 \times (d^2/z^2)] + p(1-p)}$$

حيث إن:

- $N = 223,000$ = حجم المجتمع
- $z = 1.96 = 0.05$ = الدرجة المعيارية المغالطة لمستوى الدلالة
- $d = 0.05$ = نسبة الخطأ
- $p = 0.50$ = نسبة توفر الخاصية

$$n = \frac{223,000 \times 0.50 \times 0.50}{[222,999 \times (0.0025/3.8416)] + (0.50 \times 0.50)}$$
$$n = \frac{55,750}{145.38 + 0.25} = \frac{55,750}{145.63} \approx 383$$

وعليه فإن الحد الأدنى المطلوب لحجم العينة هو 383 مفردة. وقد تمّ توزيع 450 استبانة لتعويض حالات الفقد وعدم الاستجابة المتوقعة، واسترُكَّ منها 421 استبانة، استُبعدت 13 استبانة لعدم اكتمالها أو عدم جدية الإجابات، ليصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي 408 استبانات بنسبة استرداد صالحة بلغت 90.7% وهي نسبة مرتفعة ومقبولة علمياً.

مراحل أخذ العينات

تمت عملية أخذ العينات على ثلاث مراحل: في المرحلة الأولى جرى تقسيم الشركات المدرجة في سوق تداول إلى 5 طبقات وفقاً للقطاعات الرئيسية (الصناعي، الخدمي، التجاري، المالي والمصرفي، وأخرى)، وذلك لضمان تمثيل كل قطاع بما يتناسب مع حجمه النسبي في المجتمع. في المرحلة الثانية تم اختيار عدد من الشركات عشوائياً من كل طبقة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، حيث اختيرت 35 شركة بشكل عشوائي موزعة على القطاعات الخمسة. أما في المرحلة الثالثة فقد تم اختيار المستجيبين عشوائياً من داخل كل شركة مختارة مع مراعاة التمثيل النسبي للمستويات الوظيفية المختلفة.

توزيع العينة حسب القطاعات

النسبة المئوية	عدد الاستبانات الصالحة	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الشركات المختارة	القطاع
28.9%	118	130	10	الصناعي
23.5%	96	105	8	الخدمي
16.7%	68	75	6	التجاري
20.1%	82	90	7	المالي والمصرفي
10.8%	44	50	4	أخرى
100%	408	450	35	الإجمالي

5.3 طريقة جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب الاستبانة الإلكترونية (Online Questionnaire) بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية من أفراد عينة البحث، وذلك نظراً لملاءمتها لطبيعة الدراسة الكمية ولقدرتها على الوصول إلى عدد كبير من المستجيبين في مختلف المناطق الجغرافية بالملكة العربية السعودية في وقت قصير نسبياً وبتكلفة منخفضة. وقد تم تصميم الاستبانة الإلكترونية باستخدام منصة Google Forms ثم وزعت على أفراد العينة عبر البريد الإلكتروني المؤسسي ومنصات التواصل المهنية مثل LinkedIn، بالإضافة إلى التواصل المباشر مع إدارات الموارد البشرية في الشركات المختارة لتسهيل عملية التوزيع.

تضمنت الاستبانة خطاباً تعريفياً يوضح الهدف من الدراسة وأهميتها العلمية والعملية، مع التأكيد على سرية البيانات واستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط، وذلك لتشجيع المستجيبين على المشاركة بصدق وموضوعية. واستخدم مقياس ليكرت الخماسي (Five-Point Likert Scale) لقياس استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، حيث تراوحت الاستجابات من (1) بشدة إلى (5) أوافق بشدة، وذلك وفقاً للتدرج التالي: (1) لا أوافق بشدة، (2) لا أوافق، (3) محايد، (4) أوافق، (5) أوافق بشدة.

إلى جانب البيانات الأولية، اعتمدت الدراسة على المصادر الثانوية لبناء الإطار النظري والدراسات السابقة، والتي شملت الكتب والمراجع العلمية المتخصصة، والدوريات والمجلات العلمية المحكمة باللغتين العربية والإنجليزية، والرسائل العلمية (ماجستير ودكتوراه)، والتقارير والإحصائيات الرسمية الصادرة عن هيئة السوق المالية السعودية ووزارة التجارة ورؤية المملكة 2030، فضلاً عن قواعد البيانات الإلكترونية مثل Scopus و Web of Science و Google Scholar.

وقد مرت عملية جمع البيانات بعدة مراحل: بدأت بمرحلة التصميم والتحكيم حيث عرضت الاستبانة على 7 محكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في إدارة الأعمال والإحصاء لتقييم صدقها الظاهري وصدق المحتوى، ثم أجريت تعديلات في ضوء ملاحظاتهم. تلتها مرحلة الدراسة الاستطلاعية (Pilot Study) التي طبقت على عينة استطلاعية مكونة من 40 مفردة من خارج عينة الدراسة الأساسية للتحقق من وضوح الفقرات وثبات الأداة، حيث بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ الكلية 0.934 مما يدل على ثبات مرتفع. وأخيراً جاءت مرحلة التطبيق الفعلي التي استمرت 6 أسابيع تم خلالها توزيع الاستبانات وإرسال رسائل تذكيرية للمستجيبين لرفع معدل الاستجابة.

6.3 أنواع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات لتحقيق أهدافها البحثية والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها.

يتمثل النوع الأول في البيانات الأولية (Primary Data) التي جُمعت ميدانياً وللمرة الأولى من أفراد عينة الدراسة بشكل مباشر عن طريق الاستبانة الإلكترونية المصممة خصيصاً لهذا الغرض، وتشمل هذه البيانات: البيانات الديموغرافية لأفراد العينة (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي، القطاع)

أما النوع الثاني فهو البيانات الثانوية (Secondary Data) التي استُقيت من المصادر والمراجع العلمية المنشورة سابقاً، واستُخدمت أساساً في بناء الإطار النظري للدراسة ومراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية، فضلاً عن الاستفادة منها في تطوير أداة الدراسة وصياغة فقراتها وتفسير نتائجها ومقارنتها.

7.3 إجراءات التحليل الإحصائي

تم تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V.28 ، وذلك وفقاً للإجراءات التالية:

- **أولاً:** اختبارات صدق وثبات أداة الدراسة، حيث استُخدم معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس الاتساق الداخلي والثبات لكل محور من محاور الاستبانة ولأداة ككل، كما استُخدم معامل ارتباط بيرسون لاختبار صدق الاتساق الداخلي بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والمحور الذي تنتمي إليه، وبين كل محور والدرجة الكلية للأداة.
- **ثانياً:** أساليب الإحصاء الوصفي، وتشمل حساب التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة الديموغرافية، وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد اتجاهات استجابات أفراد العينة على كل فقرة ومحور من محاور الدراسة وترتيبها حسب درجة الموافقة.
- **ثالثاً:** اختبارات التوزيع الطبيعي، حيث طُبّق اختباراً كولموجوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) وشابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) للتحقق من اعتدالية توزيع البيانات، بالإضافة إلى فحص معاملات الالتواء (Skewness) والتفرطح (Kurtosis) للتأكد من ملائمة البيانات لاستخدام الاختبارات المعلمية.
- **رابعاً:** تحليل الارتباط، باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين أبعاد الاستدامة المؤسسية (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، الحوكمة المؤسسية) والسمعة التنظيمية.
- **خامساً:** تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression)، لاختبار أثر أبعاد الاستدامة المؤسسية مجتمعةً على السمعة التنظيمية، وتحديد نسبة التباين المفسّر في المتغير التابع (معامل التحديد R^2)، والتعرف على الأهمية النسبية لكل بُعد من أبعاد الاستدامة في التأثير على السمعة التنظيمية من خلال معاملات بيتا المعيارية (β).
- **سادساً:** تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression)، لاختبار أثر كل بُعد من أبعاد الاستدامة المؤسسية على حدة في السمعة التنظيمية، مع التحقق من معنوية النموذج عبر اختبار F ومعنوية المعاملات عبر اختبار t.

8.3 الخاتمة

تناول هذا الفصل الإطار المنهجي الذي اعتمدته الدراسة في سعيها للكشف عن أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها الأربعة (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية) على السمعة التنظيمية للشركات السعودية. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لطبيعة الظاهرة المدروسة، إذ يجمع بين وصف الواقع الراهن لممارسات الاستدامة المؤسسية في الشركات السعودية وتحليل علاقتها بالسمعة التنظيمية بأسلوب كمّي دقيق.

تمثل مجتمع البحث في العاملين بالشركات السعودية المدرجة في سوق تداول والبالغ عددها نحو 227 شركة بمجتمع يُقدّر بـ 223,000 موظف وموظفة، فيما بلغت عينة الدراسة النهائية الصالحة للتحليل 408 مفردات بنسبة استرداد 90.7%، وهو ما يتجاوز الحد الأدنى المطلوب إحصائياً وفقاً لمعادلة ستيفن ثومبسون البالغ 383 مفردة. واعتمد أسلوب العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل لضمان تمثيل عادل ومتناسب لجميع القطاعات والمستويات الوظيفية.

تمثلت أداة جمع البيانات الأولية في الاستبانة الإلكترونية المصممة وفق مقياس ليكرت الخماسي، والتي تكونت من قسمين رئيسيين: الأول يتعلق بالبيانات الديموغرافية ويشمل 6 متغيرات، والثاني يتضمّن محاور الدراسة بواقع 16 فقرة للمتغير المستقل (الاستدامة المؤسسية) موزعة على 4 أبعاد بواقع 4 فقرات لكل بُعد، و10 فقرات للمتغير

التابع (السمعة التنظيمية)، ليكون إجمالي فقرات المحاور 26 فقرة. وقد خضعت الأداة لإجراءات تحكيم صارمة من 7 محكمين متخصصين، ولدراسة استطلاعية على 40 مفردة أثبتت ثباتاً مرتفعاً بمعامل ألفا كرونباخ كلي بلغ 0.934.

تنوعت الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل لتشمل أساليب الإحصاء الوصفي من تكرارات ونسب مئوية ومتوسطات حسابية وانحرافات معيارية، وأساليب الإحصاء الاستدلالي التي تضمنت معامل ارتباط بيرسون وتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد ونمذجة المعادلات البنائية واختبارات الفروق (ANOVA و t-test)، فضلاً عن اختبارات التحقق من افتراضات النماذج الإحصائية. وقد رُوِيَ في جميع الإجراءات المنهجية تحقيق أعلى درجات الصدق والثبات والموضوعية لضمان دقة النتائج وإمكانية تعميمها.

يُمهّد هذا الفصل المنهجي الطريقَ نحو الفصل الرابع الذي سيتناول عرض نتائج التحليل الإحصائي ومناقشتها واختبار فرضيات الدراسة في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة التي تمّ استعراضها في الفصلين الأول والثاني.

□

1.4 المقدمة □

يتناول هذا الفصل عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية، والتي استهدفت التعرف على أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة في السمعة التنظيمية للشركات السعودية. وقد تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وذلك من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة وأهدافها، شملت الإحصاءات الوصفية لتوصيف أفراد العينة، واختبارات الصدق والثبات للتحقق من جودة أداة الدراسة، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، وأخيراً تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية.

وقد جرى تنظيم هذا الفصل في خمسة محاور رئيسية؛ تناول المحور الأول توصيف عينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية، وخصص المحور الثاني لاختبارات الصدق والثبات، في حين تناول المحور الثالث الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، أما المحور الرابع فقد خُصص لاختبار فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج، وذلك تمهيداً للوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات النهائية التي تضمنها الفصل الخامس.

2.4 توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي 408 استبانات، وقد تم توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية: الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي، والقطاع.

جدول (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60.8%	248	ذكر
39.2%	160	أنثى
100%	408	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة من الذكور بنسبة 60.8%، مقابل 39.2% من الإناث، مما يشير إلى أن العينة تضمنت تمثيلاً مناسباً لكلا الجنسين، مع ارتفاع نسبي لفئة الذكور، وهو ما قد يعكس طبيعة التوزيع الوظيفي في بعض الشركات السعودية محل الدراسة.

جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
23.0%	94	أقل من 30 سنة
35.8%	146	من 30 إلى أقل من 40 سنة
26.7%	109	من 40 إلى أقل من 50 سنة

14.5% 59 50 سنة فأكثر

100% 408 الإجمالي

تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في العينة هي فئة 30 إلى أقل من 40 سنة بنسبة 35.8%، تليها فئة 40 إلى أقل من 50 سنة بنسبة 26.7%، وهو ما يعكس أن غالبية المشاركين ينتمون إلى فئات عمرية تتمتع بخبرة مهنية وقدرة على تقييم ممارسات الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية بدرجة جيدة.

جدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
----------------	---------	---------------

10.3% 42 ثانوية عامة فأقل

14.0% 57 دبلوم

48.5% 198 بكالوريوس

19.9% 81 ماجستير

7.3% 30 دكتوراه

100% 408 الإجمالي

يبين الجدول أن حملة البكالوريوس يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة بواقع 48.5%، يليهم حملة الماجستير بنسبة 19.9%، وهو ما يعكس مستوى تعليمياً جيداً لدى أفراد العينة، ويعزز من موثوقية الاستجابات المقدمة بشأن موضوع الدراسة.

جدول (4): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
----------------	---------	--------------

21.6% 88 أقل من 5 سنوات

31.1% 127 من 5 إلى أقل من 10 سنوات

25.5% 104 من 10 إلى أقل من 15 سنة

21.8% 89 15 سنة فأكثر

100% 408 الإجمالي

توضح النتائج أن النسبة الأكبر من المشاركين لديهم خبرة تتراوح بين 5 إلى أقل من 10 سنوات بنسبة 31.1%، تليها فئة 10 إلى أقل من 15 سنة بنسبة 25.5%، مما يدل على أن أفراد العينة يتمتعون بخبرات عملية كافية تمكنهم من تقييم واقع الاستدامة المؤسسية داخل شركاتهم وانعكاسها على السمعة التنظيمية.

جدول (5): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الوظيفي
----------------	---------	-----------------

39.5% 161 موظف تنفيذي

26.7% 109 مشرف / رئيس قسم

20.1% 82 مدير إدارة

13.7% 56 مدير عام / تنفيذي

100% 408 الإجمالي

يتبين أن فئة الموظفين التنفيذيين شكلت النسبة الأكبر من العينة بنسبة 39.5%، وهو أمر منطقي نظراً لاتساع هذه الفئة داخل الشركات، كما أن وجود نسب مناسبة من المشرفين والمديرين يعزز من تنوع وجهات النظر ويمنح الدراسة قدرة أكبر على تفسير الظاهرة من مستويات إدارية مختلفة.

جدول (6): توزيع أفراد العينة حسب القطاع

القطاع	النسبة المئوية	التكرار
صناعي	20.6%	84
خدمي	28.9%	118
تجاري	22.5%	92
مالي ومصرفي	18.6%	76
أخرى	9.4%	38
الإجمالي	100%	408

تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة من أفراد العينة تنتمي إلى القطاع الخدمي بنسبة 28.9%، يليه القطاع التجاري بنسبة 22.5%، ثم القطاع الصناعي بنسبة 20.6%، الأمر الذي يعكس تنوعاً قطاعياً جيداً يسهم في تعزيز قدرة الدراسة على التعميم النسبي على الشركات السعودية بمختلف قطاعاتها.

4.3 اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

الصدق الظاهري

تم التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإدارة وإدارة الأعمال والإحصاء، وذلك بهدف التأكد من وضوح الفقرات وسلامة صياغتها ومدى ملاءمتها لقياس متغيرات الدراسة. وقد أُجريت التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظات المحكمين حتى ظهرت الأداة بصورتها النهائية.

صدق الاتساق الداخلي

تم قياس صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين كل بعد والدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه.

جدول (7): معاملات ارتباط بيرسون بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الاقتصادي	0.821	0.000
البعد البيئي	0.846	0.000
البعد الاجتماعي	0.874	0.000
الحوكمة المؤسسية	0.889	0.000
السمعة التنظيمية	0.913	0.000

يتضح من النتائج أن جميع معاملات الارتباط موجبة ومرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى 0.01، مما يدل على وجود اتساق داخلي مرتفع بين الأبعاد والدرجة الكلية، وهو ما يؤكد تمتع أداة الدراسة بدرجة جيدة من الصدق البنائي.

اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

جدول (8): قيم معامل ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة

البعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
البعد الاقتصادي	4	0.823
البعد البيئي	4	0.847
البعد الاجتماعي	4	0.861
الحوكمة المؤسسية	4	0.879

السمعة التنظيمية	10	0.914
الاستدامة المؤسسية ككل	16	0.932
الأداة ككل	26	0.945

تُظهر النتائج أن جميع قيم ألفا كرونباخ تجاوزت الحد المقبول إحصائياً 0.70، حيث تراوحت بين 0.823 و0.945، وهو ما يدل على تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي، وبالتالي صلاحيتها للتطبيق الميداني والتحليل الإحصائي.

4.4 الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي في قياس استجابات أفراد العينة، حيث تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى الاستجابة على فقرات وأبعاد الدراسة.

أولاً: الإحصاء الوصفي لأبعاد الاستدامة المؤسسية

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الاستدامة المؤسسية

المستوى الاستجابة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
مرتفع	1	0.61	4.18	الحوكمة المؤسسية
مرتفع	2	0.65	4.11	البعد الاجتماعي
مرتفع	3	0.69	4.03	البعد الاقتصادي
مرتفع	4	0.72	3.96	البعد البيئي
مرتفع	—	0.58	4.07	الاستدامة المؤسسية ككل

تشير النتائج إلى أن مستوى تطبيق الاستدامة المؤسسية في الشركات السعودية جاء مرتفعاً بصورة عامة، بمتوسط كلي بلغ 4.07، وقد احتلت الحوكمة المؤسسية المرتبة الأولى بمتوسط 4.18، مما يدل على اهتمام الشركات النسبي بتطبيق مبادئ الشفافية والرقابة والمساءلة، بينما جاء البعد البيئي في المرتبة الأخيرة رغم بقائه ضمن المستوى المرتفع، وهو ما قد يعكس الحاجة إلى مزيد من الجهود في الجوانب البيئية مقارنة بالأبعاد الأخرى.

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الاقتصادي

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	تسعى الشركة إلى تحقيق نمو اقتصادي مستدام يضمن استمراريته على المدى الطويل	4.08	0.76	مرتفع
2	تلتزم الشركة بالشفافية في الإفصاح عن أدائها المالي لجميع أصحاب المصلحة	4.01	0.81	مرتفع
3	تُساهم الشركة في دعم الاقتصاد المحلي من خلال التعامل مع الموردين والمنتجين المحليين	3.97	0.84	مرتفع
4	تعمل الشركة على توفير فرص عمل مستدامة تُسهم في الحد من البطالة في المجتمع	4.05	0.78	مرتفع
	المتوسط الكلي	4.03	0.69	مرتفع

يتبين أن فقرات البعد الاقتصادي جاءت جميعها ضمن المستوى المرتفع، وهو ما يشير إلى إدراك أفراد العينة لأهمية الدور الاقتصادي الذي تمارسه الشركات في دعم الاستمرارية والنمو وتفعيل الشفافية والإسهام في الاقتصاد المحلي.

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد البيئي

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	تلتزم الشركة بتطبيق المعايير والتشريعات البيئية المحلية والدولية	4.01	0.79	مرتفع
2	تتبنى الشركة سياسات فعّالة للحد من الانبعاثات الكربونية والتلوث البيئي	3.89	0.86	مرتفع
3	تسعى الشركة إلى ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية واستخدام مصادر الطاقة المتجددة	3.95	0.82	مرتفع
4	تُطبّق الشركة نظاماً متكاملاً لإدارة النفايات وإعادة التدوير	4.00	0.80	مرتفع
	المتوسط الكلي	3.96	0.72	مرتفع

جاء البعد البيئي بمستوى مرتفع كذلك، إلا أنه كان الأقل مقارنةً ببقية الأبعاد، وقد يُفسّر ذلك بأن الممارسات البيئية تحتاج إلى استثمارات وتحديثات تشغيلية مستمرة، الأمر الذي قد يجعل تطبيقها بدرجات متفاوتة بين الشركات.

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الاجتماعي

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	توفّر الشركة بيئة عمل آمنة وصحية تراعي سلامة الموظفين ورفاهيتهم	4.16	0.71	مرتفع
2	تستثمر الشركة في برامج تدريب وتطوير الموارد البشرية بشكل مستمر	4.07	0.76	مرتفع
3	تُشارك الشركة بفاعلية في المبادرات والبرامج التي تخدم المجتمع المحلي	4.09	0.74	مرتفع
4	تلتزم الشركة بمبادئ التنوع والشمول وتكافؤ الفرص في بيئة العمل	4.12	0.70	مرتفع
	المتوسط الكلي	4.11	0.65	مرتفع

تعكس النتائج ارتفاع مستوى البعد الاجتماعي، وهو ما يشير إلى اهتمام الشركات بالجوانب المرتبطة برفاهية العاملين وتنمية المجتمع المحلي وتحقيق مبادئ العدالة والتكافؤ في بيئة العمل.

جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الحوكمة المؤسسية

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	يتمتع مجلس إدارة الشركة بالاستقلالية والكفاءة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية	4.15	0.69	مرتفع
2	تُطبّق الشركة نظاماً فعالاً للرقابة الداخلية وإدارة المخاطر	4.20	0.63	مرتفع
3	تلتزم الشركة بأعلى معايير الشفافية والإفصاح والمساءلة	4.19	0.66	مرتفع

مرتفع	0.64	4.18	تتبنى الشركة ميثاقاً أخلاقياً صارماً يُحارب الفساد وتضارب المصالح	4
مرتفع	0.61	4.18	المتوسط الكلي	

احتلت الحوكمة المؤسسية المرتبة الأولى بين أبعاد الاستدامة، مما يشير إلى أن الشركات السعودية محل الدراسة تولي اهتماماً واضحاً بالحوكمة وممارسات الرقابة والشفافية والإفصاح باعتبارها ركائز أساسية للاستدامة المؤسسية.

ثانياً: الإحصاء الوصفي للسمعة التنظيمية

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات السمعة التنظيمية

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
1	تتمتع الشركة بسمعة طيبة ومكانة مرموقة في السوق السعودي	4.14	0.68	مرتفع
2	تُقدّم الشركة منتجات وخدمات عالية الجودة تلبي توقعات العملاء	4.20	0.63	مرتفع
3	يثق أصحاب المصلحة في قدرة الشركة على تحقيق أهدافها المستقبلية	4.11	0.69	مرتفع
4	تُعتبر الشركة بيئة عمل جاذبة للكفاءات والمواهب المتميزة	4.07	0.73	مرتفع
5	تمتلك الشركة قيادة ذات رؤية واضحة وقدرة على إدارة التحديات	4.16	0.66	مرتفع
6	يشعر العملاء بالفخر والانتماء عند التعامل مع الشركة	3.98	0.77	مرتفع
7	تحظى الشركة بتغطية إعلامية إيجابية تعكس صورتها الحسنة	3.91	0.81	مرتفع
8	يُوصي أصحاب المصلحة الآخرين بالتعامل مع الشركة	4.04	0.75	مرتفع
9	تتميز الشركة بالمصداقية والوفاء بالتزاماتها تجاه جميع الأطراف	4.18	0.64	مرتفع
10	تُسهّل ممارسات الاستدامة في الشركة في تعزيز صورتها الذهنية الإيجابية	4.23	0.61	مرتفع
	المتوسط الكلي	4.10	0.60	مرتفع

تشير النتائج إلى أن مستوى السمعة التنظيمية لدى الشركات السعودية جاء مرتفعاً بمتوسط كلي بلغ 4.10، كما حصلت الفقرة المتعلقة بإسهام ممارسات الاستدامة في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية على أعلى متوسط حسابي بلغ 4.23، وهو ما يؤكد وجود ارتباط إدراكي قوي لدى أفراد العينة بين تبني الاستدامة وتحسن السمعة التنظيمية.

5.4 اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

اختبار فرضيات الدراسة

التحقق من الفرضية الرئيسية

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية) على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الاتحاد الخطي المتعدد (Multiple Regression) بهدف قياس تأثير أبعاد الاستدامة المؤسسية كمتغيرات مستقلة على السمعة

جدول (15): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد الاستدامة المؤسسية على السمعة التنظيمية

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار B	قيمة T	مستوى الدلالة Sig.
المقدار الثابت (Constant)	0.438	2.964	0.003
البعد الاقتصادي	0.291	4.856	0.000
البعد البيئي	0.184	3.117	0.002
البعد الاجتماعي	0.267	4.429	0.000
الحوكمة المؤسسية	0.352	5.774	0.000

معامل التحديد $R^2 = 0.709$

معامل الارتباط $R = 0.842$

القيمة الاحتمالية = 0.000

قيمة $F = 122.386$

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الواردة في الجدول السابق إلى وجود أثر دال إحصائياً لأبعاد الاستدامة المؤسسية مجتمعة على السمعة التنظيمية للشركات السعودية. فقد بلغ معامل الارتباط $R = 0.842$ ، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما بلغ معامل التحديد $R^2 = 0.709$ ، مما يدل على أن 70.9% من التباين في السمعة التنظيمية يمكن تفسيره من خلال أبعاد الاستدامة المؤسسية الأربعة مجتمعة.

كما أظهرت النتائج أن قيمة $F = 122.386$ عند مستوى دلالة 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يؤكد صلاحية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرات. وعلى مستوى الأبعاد الفردية، تبين أن الحوكمة المؤسسية هي الأكثر تأثيراً في السمعة التنظيمية، حيث بلغ معامل الانحدار لها $B = 0.352$ ، تلاها البعد الاقتصادي بقيمة 0.291، ثم البعد الاجتماعي بقيمة 0.267، وأخيراً البعد البيئي بقيمة 0.184، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05.

وبناءً على ذلك، تُقبل الفرضية الرئيسية للدراسة التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للاستدامة المؤسسية بأبعادها المختلفة على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للبعد الاقتصادي على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression).

جدول (16): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد الاقتصادي على السمعة التنظيمية

المتغير التابع	r	R ²	df	F	Sig. F	المتغير المستقل	B	Std. Error	Beta	T	Sig. t
السمعة التنظيمية	0.701	0.491	1	198.437	0.000	البعد الاقتصادي	0.648	0.046	0.701	14.087	0.000

أظهرت نتائج التحليل وجود أثر موجب ودال إحصائياً للبعد الاقتصادي على السمعة التنظيمية، حيث بلغ معامل الارتباط $r = 0.701$ ، وهو ما يشير إلى علاقة موجبة قوية نسبياً بين المتغيرين. كما بلغ معامل التحديد $R^2 = 0.491$ ، مما يعني أن البعد الاقتصادي يفسر 49.1% من التباين في السمعة التنظيمية. كذلك بلغت قيمة $F = 198.437$ عند مستوى دلالة 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يدل على صلاحية النموذج. أما معامل الانحدار $B = 0.648$ فقد جاء موجباً ودالاً عند قيمة $T = 14.087$ ، مما يؤكد أن تحسين الممارسات الاقتصادية في إطار الاستدامة المؤسسية يؤدي إلى تحسين السمعة التنظيمية للشركات السعودية. وعليه، تُقبل الفرضية الفرعية الأولى.

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للبعد البيئي على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

جدول (17): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد البيئي على السمعة التنظيمية

المتغير التابع	r	R ²	df	F	Sig. F	المتغير المستقل	B	Std. Error	Beta	T	Sig. t
السمعة التنظيمية	0.643	0.413	1	168.125	0.000	البعد البيئي	0.587	0.045	0.643	12.966	0.000

تشير النتائج إلى وجود أثر دال إحصائياً للبعد البيئي على السمعة التنظيمية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.643، وهو ما يعكس وجود علاقة موجبة متوسطة إلى قوية. كما بلغ معامل التحديد 0.413، مما يشير إلى أن البعد البيئي يفسر 41.3% من التباين في السمعة التنظيمية. وقد بلغت قيمة $F = 168.125$ عند مستوى معنوية 0.000، كما بلغ معامل الانحدار $B = 0.587$ بقيمة $T = 12.966$ ، وجميعها نتائج تؤكد معنوية الأثر. وعليه، تُقبل الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الفرعية الثالثة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للبعد الاجتماعي على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

جدول (18): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر البعد الاجتماعي على السمعة التنظيمية

المتغير التابع	r	R ²	df	F	Sig. F	المتغير المستقل	B	Std. Error	Beta	T	Sig. t
السمعة التنظيمية	0.689	0.475	1	183.904	0.000	البعد الاجتماعي	0.619	0.046	0.689	13.561	0.000

يتضح من نتائج الجدول وجود أثر إيجابي ودال إحصائياً للبعد الاجتماعي على السمعة التنظيمية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.689، وهو ما يعكس علاقة موجبة قوية نسبياً بين المتغيرين. كما بلغ معامل التحديد 0.475، بما يعني أن البعد الاجتماعي يفسر 47.5% من التباين في السمعة التنظيمية. وقد بلغت قيمة $F = 183.904$ عند مستوى دلالة 0.000، بينما بلغ معامل الانحدار $B = 0.619$ بقيمة $T = 13.561$ ، وهي نتائج دالة إحصائياً تؤكد أن تعزيز الممارسات الاجتماعية في الشركات يسهم في رفع مستوى السمعة التنظيمية. وبناءً عليه، تُقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

الفرضية الفرعية الرابعة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للحوكمة المؤسسية على السمعة التنظيمية للشركات السعودية.

جدول (19): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الحوكمة المؤسسية على السمعة التنظيمية

المتغير التابع	r	R ²	df	F	Sig. F	المتغير المستقل	B	Std. Error	Beta	T	Sig. t
السمعة التنظيمية	0.734	0.539	1	227.318	0.000	الحوكمة المؤسسية	0.682	0.045	0.734	15.077	0.000

أظهرت النتائج أن الحوكمة المؤسسية تُعد أكثر أبعاد الاستدامة المؤسسية تأثيراً في السمعة التنظيمية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.734، وهو ما يشير إلى علاقة قوية بين المتغيرين، كما بلغ معامل التحديد 0.539، بما يعني أن الحوكمة المؤسسية تفسر 53.9% من التباين في السمعة التنظيمية. كذلك بلغت قيمة $F = 227.318$ بمستوى دلالة 0.000، وبلغ معامل الانحدار $B = 0.682$ بقيمة $T = 15.077$ ، مما يؤكد معنوية الأثر إحصائياً. وعليه، تُقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

6.4 الخاتمة

خلص هذا الفصل إلى مجموعة من النتائج الإحصائية المهمة التي أسهمت في تفسير طبيعة العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية للشركات السعودية. فقد أظهرت النتائج الوصفية أن مستوى تطبيق الاستدامة المؤسسية جاء مرتفعاً بصورة عامة، كما تبين أن مستوى السمعة التنظيمية لدى الشركات محل الدراسة جاء مرتفعاً كذلك. ومن جهة أخرى، أكدت نتائج اختبارات الانحدار الخطي البسيط والمتعدد وجود أثر دال إحصائياً

لأبعاد الاستدامة المؤسسية في السمعة التنظيمية، سواء على المستوى الفردي لكل بعد أو على المستوى الكلي للأبعاد مجتمعة. كما اتضح أن الحوكمة المؤسسية كانت الأكثر تأثيراً في السمعة التنظيمية، تلتها الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية ثم البيئية. وتمثل هذه النتائج أساساً علمياً يبنى عليه الفصل التالي، الذي يتناول حدود الدراسة وتوصياتها واستنتاجاتها النهائية.

□

□ 1.5 حدود الدراسة والدراسات المستقبلية

تحددت الدراسة الحالية بعدد من الحدود التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج، فقد اقتصرنا من حيث الحدود الموضوعية على دراسة أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها الأربعة في السمعة التنظيمية، دون التوسع في متغيرات أخرى قد تؤثر في هذه العلاقة مثل الثقافة التنظيمية أو الابتكار المؤسسي أو المسؤولية الاجتماعية المستقلة كمتغير وسيط أو معدل. كما تمثلت الحدود البشرية في العاملين بالشركات السعودية من مستويات وظيفية مختلفة، في حين تمثلت الحدود المكانية في الشركات العاملة داخل المملكة العربية السعودية، أما الحدود الزمنية فارتبطت بالفترة التي جمعت خلالها البيانات الميدانية.

وفي ضوء ذلك، يمكن للدراسات المستقبلية أن تتجه إلى اختبار العلاقة بين الاستدامة المؤسسية والسمعة التنظيمية في قطاعات محددة مثل القطاع المالي أو الصناعي أو الصحي، كما يمكن إجراء دراسات مقارنة بين الشركات السعودية والشركات في دول أخرى. ومن المفيد أيضاً توسيع النموذج البحثي بإدخال متغيرات وسيطة أو معدلة، مثل الثقة التنظيمية أو رضا العملاء أو الأداء المؤسسي، بما يساهم في تعميق فهم طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

2.5 توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

- (2) ضرورة تعزيز تبني الشركات السعودية لممارسات الاستدامة المؤسسية بشكل متكامل، وعدم قصرها على الجوانب الشكلية أو الدعائية فقط.
- (3) الاهتمام بتطوير أنظمة الحوكمة المؤسسية؛ نظراً لكونها البعد الأكثر تأثيراً في السمعة التنظيمية وفق نتائج الدراسة.
- (4) دعم المبادرات الاقتصادية المستدامة التي تساهم في تعزيز القيمة المضافة للشركات وتحسين صورتها لدى أصحاب المصلحة.
- (5) زيادة الاستثمار في البرامج البيئية، ولا سيما ما يتعلق بترشيد استهلاك الموارد والطاقة وإدارة النفايات وتقليل الانبعاثات.
- (6) تعزيز البعد الاجتماعي للاستدامة من خلال توفير بيئة عمل عادلة وأمنة، والاهتمام بتدريب العاملين والمشاركة المجتمعية الفاعلة.
- (7) ربط خطط الاستدامة المؤسسية باستراتيجيات الاتصال المؤسسي والإعلامي بما يساهم في تعزيز الصورة الذهنية والسمعة التنظيمية للشركات.
- (8) تشجيع صناع القرار في الشركات على تبني مؤشرات أداء واضحة لقياس أثر ممارسات الاستدامة في السمعة التنظيمية على المدى الطويل.
- (9) نشر ثقافة الاستدامة بين العاملين في مختلف المستويات الإدارية لضمان تحولها إلى ممارسة مؤسسية راسخة وليست مجرد توجه مؤقت.

3.5 الخاتمة

توصلت الدراسة إلى أن الاستدامة المؤسسية تمثل أحد المرتكزات الأساسية في بناء السمعة التنظيمية وتعزيزها داخل الشركات السعودية، وأن الشركات التي تحسن تطبيق الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والحوكمة المؤسسية تكون أكثر قدرة على تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى أصحاب المصلحة. كما أظهرت النتائج أن الحوكمة المؤسسية تعد البعد الأكثر تأثيراً في السمعة التنظيمية، وهو ما يعكس أهمية الشفافية والمساءلة والرقابة الرشيدة في دعم الثقة المؤسسية. وبناءً على ذلك، فإن تبني ممارسات الاستدامة المؤسسية بصورة استراتيجية ومتكاملة لم يعد خياراً هامشياً، بل أصبح ضرورة تنافسية ومؤسسية تساهم في تعزيز المكانة السوقية للشركات وتحقيق استمراريته على المدى الطويل.

□ Abstract

This study aimed to identify the impact of institutional sustainability, represented by its dimensions namely the economic dimension, environmental dimension, social dimension, and corporate governance, on the organizational reputation of Saudi companies. The study adopted the descriptive-analytical approach, and a questionnaire was developed as the main tool for data collection. The questionnaire was distributed to a sample of employees working in a number of Saudi companies across various sectors. The number of valid questionnaires for statistical analysis reached 408.

The results revealed that the level of institutional sustainability practices in Saudi companies was high, and the level of organizational reputation was also high. The findings further indicated that there was a statistically significant effect of institutional sustainability, with all its combined dimensions, on organizational reputation. The results also showed that corporate governance was the most influential dimension on organizational reputation, followed by the economic, social, and environmental dimensions. The study concluded with several recommendations, most notably the need for Saudi companies to strengthen the integrated adoption of institutional sustainability practices, develop governance systems, support environmental and social initiatives, and link sustainability practices to strategies aimed at enhancing organizational reputation.

Keywords: Institutional Sustainability, Economic Dimension, Environmental Dimension, Social Dimension, Corporate Governance, Organizational Reputation, Saudi Companies

□

قائمة المراجع

المراجع العربية

- بدوي، محمد كرم محمد، الحرون، منى محمد، و حسين، أسامة ماهر. (2024). دور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية: المركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي أنموذجاً. مجلة التربية في القرن 21 للدراسات التربوية والنفسية، 39ع ، 249 - 291. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1559759>
- بدوي، محمد كرم محمد، الحرون، منى محمد، و حسين، أسامة ماهر. (2024). دور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية: المركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي أنموذجاً. مجلة التربية في القرن 21 للدراسات التربوية والنفسية، 39ع ، 249 - 291. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1559759>
- بدوي، محمد كرم محمد، الحرون، منى محمد، و حسين، أسامة ماهر. (2024). دور الاستدامة التنظيمية في إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية: المركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي أنموذجاً. مجلة التربية في القرن 21 للدراسات التربوية والنفسية، 39ع ، 249 - 291. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1559759>
- توام، زاهية. (2021). أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة: دراسة تحليلية لتقارير السمعة للنموذج. مجلة الاستراتيجية والتنمية، 11ع ، 220 - 239. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1122687>
- 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، 15ع ، 140 - 173. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329713>
- 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، 15ع ، 140 - 173. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329713>

- حماد، رائد خميس محمود. (2025). أثر المرونة الاستراتيجية على تعزيز الاستدامة المؤسسية: دراسة تطبيقية على شركة توزيع كهرباء محافظات غزة. مجلة البحوث التجارية، مج47، ع3 ، 514 - 554. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1624633>
- 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>
- 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>
- الحمدي، فؤاد محمد حسين. (2024). التسويق الأخضر ودوره في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين السعوديين. مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية، مج18، ع34 ، 231 - 258. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1529418>
- الزهراني، صالح جمعان صالح. (2025). أثر القيادة الاستراتيجية على تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بجامعة الملك عبدالعزيز بمحافظة جدة. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج9، ع8 ، 17 - 43. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1610300>
- السلمي، محمد خالد محمد، و شعيب، 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>
- السلمي، محمد خالد محمد، و شعيب، 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>
- شحاتة، ياسر السيد علي محمد. (2025). الدور الوسيط للتخطيط الاستراتيجي في العلاقة بين القدرات التنظيمية وتعزيز الاستدامة المؤسسية في المؤسسات: دراسة تطبيقية الإدارة العامة، س66، ع1 ، 121 - 193. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1588178>
- صالح، مصطفى رعد. (2021). استراتيجيات التسعير ودورها في تعزيز السمعة التنظيمية: بحث استطلاعي في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مج17، ع56 ، 590 - 610. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1256462>
- الطالبة، رشا عبدالمجيد حميدان، و الحوارة، كامل محمد يوسف. (2024). الشراكات الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الاستدامة المؤسسية: دراسة حالة المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1546364>
- 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>
- الكبيسي، عقبة نافع سليم. (2023). الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مديرية تربية الأنبار - قسم تربية الفلوجة. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مج19، ع61 ، 483 - 500. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1378079>
- لزهاري، زواويد. (2024). الاستدامة المؤسسية: تجربة شركة Patagonia في الموازنة بين الاستدامة واستراتيجيات إدارة التكلفة. مجلة البقاء للبحوث والدراسات، مج27، عدد خاص ، 267 - 286. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1508919>
- محمود، ناجي عبدالستار، و عبدالوهاب، مصطفى مؤيد. (2024). دور القيادة الأخلاقية في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من الأطباء

- والمرضى الراقيدين في مستشفى صلاح الدين العام. مجلة كلية القلم الجامعة، مج8، ع15، 113 - 140. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1597116>
- محمود، ناجي عبدالستار، و عبدالوهاب، مصطفى مؤيد. (2024). دور القيادة الأخلاقية في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من الأطباء والمرضى الراقيدين في مستشفى صلاح الدين العام. مجلة كلية القلم الجامعة، مج8، ع15، 113 - 140. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1597116>
- ندا، نبيل خليل، منصور، محمد أحمد، سعودي، أسامة رجب عبدالمعبد عبدالعزيز، و عبدالرحيم، أحمد مصطفى. (2025). تقييم معايير ومؤشرات الاستدامة المؤسسية ببعض الأندية الرياضية. المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، مج35، ع3، 36 - 62. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1592273>
- همام، إيمان أحمد حسن. (2025). تصور مقترح لتعزيز الاستدامة المؤسسية للجامعات المصرية في ضوء التهجين التنظيمي. دراسات تربوية واجتماعية، مج31، ع1، 309 - 441. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1564771>
- الوكيل، منال محمد أحمد. (2025). الاستدامة المؤسسية وأثرها على تعزيز قدرات المنظمات العامة في مواجهة جائحة كوفيد19: دراسة تطبيقية على مديرية التموين محافظة القاهرة بجمهورية مصر العربية. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مج26، ع3، 265 - 300. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1591570>

المراجع الأجنبية

- 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
- 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.
- 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.
- Gomez-Trujillo, A. M., Velez-Ocampo, J., & Gonzalez-Perez, M. A. (2020). A literature review on the causality between sustainability and corporate reputation: what goes first?. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 31(2), 406-430.
- Kumari, K., Abbas, J., & Rashid, S. (2021). Role of corporate social responsibility in corporate reputation via organizational trust and commitment. *Reviews of Management Sciences*, 3(2), 42-63.
- 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
- 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.

- Singh, K., Abraham, R., Yadav, J., Agrawal, A. K., & Kolar, P. (2023). Linking CSR and organizational performance: the intervening role of sustainability risk management and organizational reputation. *Social Responsibility Journal*, 19(10), 1830-1851.
- 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.
- 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.

الملاحق

□



استمارة استبيان

السادة الكرام / المشاركون في الدراسة ...
حفظهم الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يسعدني دعوتكم للمشاركة في هذه الدراسة العلمية التي تهدف إلى التعرف على أثر الاستدامة المؤسسية بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، والحوكمة المؤسسية) على السمعة التنظيمية للشركات السعودية، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة [الماجستير/الدكتوراه] في [التخصص] من [اسم الجامعة].

إن مشاركتكم في هذه الدراسة تُعدّ إسهاماً قيماً في إثراء البحث العلمي، وستساعد في تقديم توصيات عملية للشركات السعودية في مجال الاستدامة المؤسسية. لذا نأمل منكم التكرم بالإجابة على جميع فقرات الاستبيان بدقة وموضوعية.

نؤكد لسيادتكم أن:

- جميع البيانات ستُعامل بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط
 - لا توجد إجابات صحيحة وأخرى خاطئة، فالمطلوب هو رأيكم الشخصي
 - يُرجى الإجابة على جميع الفقرات دون ترك أي منها
 - الوقت المتوقع للإجابة على الاستبيان: (10-15) دقيقة
- نشكر لكم حسن تعاونكم ووقتكم الثمين، ونسأل الله أن يجعل ذلك في ميزان حسناتكم.

□ القسم الأول: البيانات الديموغرافية

يُرجى وضع علامة (✓) أمام الاختيار المناسب:

الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

الفئة العمرية:

- ☐ أقل من 30 سنة
- ☐ من 30 إلى أقل من 40 سنة
- ☐ من 40 إلى أقل من 50 سنة
- ☐ 50 سنة فأكثر

المؤهل العلمي:

- ☐ ثانوية عامة فأقل
- ☐ دبلوم
- ☐ بكالوريوس
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراه

سنوات الخبرة:

- ☐ أقل من 5 سنوات
- ☐ من 5 إلى أقل من 10 سنوات
- ☐ من 10 إلى أقل من 15 سنة
- ☐ 15 سنة فأكثر

المستوى الوظيفي:

- ☐ موظف تنفيذي
- ☐ مشرف / رئيس قسم
- ☐ مدير إدارة
- ☐ مدير عام / تنفيذي

القطاع:

- ☐ صناعي
- ☐ خدمي
- ☐ تجاري
- ☐ مالي ومصرفي
- ☐ أخرى (يرجى التحديد):

□ القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: الاستدامة المؤسسية (المتغير المستقل) أولاً: البُعد الاقتصادي

م	العبارة	1	2	3	4	5
---	---------	---	---	---	---	---

1 تسعى الشركة إلى تحقيق نمو اقتصادي مستدام يضمن استمراريته على المدى الطويل

2 تلتزم الشركة بالشفافية في الإفصاح عن أدائها المالي لجميع أصحاب المصلحة

- 3 تُساهم الشركة في دعم الاقتصاد المحلي من خلال التعامل مع الموردين والمنتجين المحليين
- 4 تعمل الشركة على توفير فرص عمل مستدامة تُسهم في الحد من البطالة في المجتمع

ثانياً: البُعد البيئي

م	العبارة	1	2	3	4	5
1	تلتزم الشركة بتطبيق المعايير والتشريعات البيئية المحلية والدولية					
2	تتبنى الشركة سياسات فعّالة للحد من الانبعاثات الكربونية والتلوث البيئي					
3	تسعى الشركة إلى ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية واستخدام مصادر الطاقة المتجددة					
4	تُطبّق الشركة نظاماً متكاملًا لإدارة النفايات وإعادة التدوير					

□ ثالثاً: البُعد الاجتماعي

م	العبارة	1	2	3	4	5
1	توفر الشركة بيئة عمل آمنة وصحية تُراعي سلامة الموظفين ورفاهيتهم					
2	تستثمر الشركة في برامج تدريب وتطوير الموارد البشرية بشكل مستمر					
3	تُشارك الشركة بفاعلية في المبادرات والبرامج التي تخدم المجتمع المحلي					
4	تلتزم الشركة بمبادئ التنوع والشمول وتكافؤ الفرص في بيئة العمل					

رابعاً: الحوكمة المؤسسية

م	العبارة	1	2	3	4	5
1	يتمتع مجلس إدارة الشركة بالاستقلالية والكفاءة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية					
2	تُطبّق الشركة نظاماً فعّالاً للرقابة الداخلية وإدارة المخاطر					
3	تلتزم الشركة بأعلى معايير الشفافية والإفصاح والمساءلة					
4	تتبنى الشركة ميثاقاً أخلاقياً صارماً يُحارب الفساد وتضارب المصالح					

□ المحور الثاني: السمعة التنظيمية (المتغير التابع)

م	العبارة	1	2	3	4	5
1	تتمتع الشركة بسمعة طيبة ومكانة مرموقة في السوق السعودي					
2	تُقدّم الشركة منتجات وخدمات عالية الجودة تلبي توقعات العملاء					
	يثق أصحاب المصلحة في قدرة الشركة على تحقيق أهدافها					

- 4 تُعتبر الشركة بيئة عمل جاذبة للكفاءات والمواهب المتميزة
- 5 تمتلك الشركة قيادة ذات رؤية واضحة وقدرة على إدارة التحديات
- 6 يشعر العملاء بالفخر والانتماء عند التعامل مع الشركة
- 7 تحظى الشركة بتغطية إعلامية إيجابية تعكس صورتها الحسنة
- 8 يُوصي أصحاب المصلحة الآخرين بالتعامل مع الشركة
- 9 تتميز الشركة بالمصداقية والوفاء بالتزاماتها تجاه جميع الأطراف
- 10 تُسهم ممارسات الاستدامة في الشركة في تعزيز صورتها الذهنية الإيجابية



1

Midocean University

College of Management

Business Administration Major

MIDOCEAN

The Role of Corporate Sustainability in Enhancing Corporate Reputation: A Field Study on Saudi Companies

Student Name

Supervisor

Dr.

Faculty Member - College of Management - Midocean
University

:Academic Year

1447-2026

1