

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تأثير تطبيق مبادئ الاستدامة البيئية في إدارة المرافق على السمعة المؤسسية
للشركات الاستثمارية

الرياض - المملكة العربية السعودية

.....
عبدالله خالد الساعي العنزي
222001507

مشروع تخرج - 1
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

العام 2025

المحتويات

4	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	1.3. أهمية الدراسة
6	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
0	1.4. أسئلة الدراسة
0	1.5. أهداف الدراسة
0	1.6. فرضيات الدراسة
0	1.7. نموذج الدراسة
0	1.8. منهجية الدراسة
0	1.9. الدراسة الميدانية
0	1.10. هيكل المشروع المقترح
0	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
0	2.1. المقدمة:
0	2.2. المتغير المستقل
0	2.3. المتغير التابع
0	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
0	2.5. الخاتمة
7	قائمة المراجع

1. الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في قلب التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المملكة العربية السعودية، ومع بزوغ فجر رؤية 2030، لم تعد الاستدامة مجرد خيار، بل أصبحت ضرورة استراتيجية وحتمية حضارية. تتجه أنظار العالم نحو الرياض، عاصمة المال والأعمال، التي تسعى لتكون نموذجاً عالمياً في التنمية المستدامة والازدهار الاقتصادي. في هذا السياق، تبرز الاستدامة البيئية كأحد أهم الركائز التي تعيد تشكيل ملامح القطاع الاستثماري، حيث لم تعد الشركات تقاس بأرباحها المالية فحسب، بل بقدرتها على تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، والمسؤولية البيئية، والأثر الاجتماعي الإيجابي.

إن إدارة المرافق (Facilities Management)، التي كانت تُعنى تقليدياً بالصيانة والتشغيل، قد تطورت لتصبح شريكاً استراتيجياً في تحقيق أهداف الاستدامة. من خلال تبني ممارسات المباني الخضراء، وكفاءة استخدام الطاقة والمياه، وإدارة النفايات، تتحول المرافق من مجرد هياكل صامدة إلى منصات حية تعكس التزام الشركة بقيم الاستدامة. هذا التحول لا يساهم فقط في خفض التكاليف التشغيلية والحفاظ على الموارد الطبيعية، بل يمتد تأثيره ليشكل أحد أهم الأصول غير الملموسة للشركة: السمعة المؤسسية (Corporate Reputation). في عصر الشفافية والوعي المتزايد، أصبح المستثمرون والعملاء والمجتمع أكثر اهتماماً بالسجل البيئي للشركات. أظهرت الدراسات أن السمعة الجيدة، المدعومة بممارسات استدامة حقيقية، تترجم مباشرة إلى مزايا تنافسية ملموسة، مثل زيادة ولاء العملاء، وجذب أفضل المواهب، وتعزيز ثقة المستثمرين، وفتح أسواق جديدة. لذلك، فإن العلاقة بين تطبيق مبادئ الاستدامة البيئية في إدارة المرافق والسمعة المؤسسية ليست مجرد علاقة سببية، بل هي علاقة تكاملية وديناميكية تعكس نضج الشركة ورؤيتها المستقبلية.

تسعى هذه الدراسة إلى الغوص في أعماق هذه العلاقة الحيوية ضمن سياق فريد ومهم، وهو قطاع الشركات الاستثمارية في مدينة الرياض. من خلال تحليل هذا التأثير، تهدف الدراسة إلى تقديم رؤى مبتكرة ونماذج عملية تساعد هذه الشركات على تحويل التزامها بالاستدامة من مجرد التزام أخلاقي إلى محرك قوي لتعزيز سمعتها المؤسسية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، بما يتماشى مع طموحات العاصمة السعودية في قيادة المستقبل الأخضر.

1.2. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في أن العديد من الشركات الاستثمارية في مدينة الرياض، على الرغم من إدراكها المتزايد لأهمية السمعة المؤسسية، إلا أنها قد لا تدرك بشكل كامل الدور الاستراتيجي الذي يمكن أن تلعبه إدارة المرافق المستدامة في بناء وتعزيز هذه السمعة. هناك فجوة بين الممارسات البيئية المطبقة في المرافق وبين استراتيجيات بناء السمعة، مما يؤدي إلى ضياع فرصة حقيقية لتمييز العلامة التجارية وخلق قيمة مضافة. لذا، تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تأثير تطبيق مبادئ الاستدامة البيئية في إدارة المرافق على السمعة المؤسسية للشركات الاستثمارية بمدينة الرياض؟

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- 1- ندرة الدراسات المتخصصة في السياق السعودي: معظم الأبحاث التي تربط بين إدارة المرافق المستدامة والسمعة المؤسسية تتركز في الأسواق الغربية. هناك نقص واضح في الدراسات التي تتناول هذه العلاقة الديناميكية ضمن البيئة الاقتصادية والتنظيمية لمدينة الرياض، والتي تشهد تحولات سريعة في إطار رؤية 2030 .
- 2- التركيز على الأداء المالي بدلاً من السمعة: الكثير من الأدبيات تبحث في الأثر المالي المباشر للمباني الخضراء (مثل توفير الطاقة)، ولكن القليل منها يتعمق في كيفية ترجمة هذه الممارسات إلى أصل غير ملموس كالسمعة المؤسسية، وكيفية قياس هذا التأثير.
- 3- إغفال دور التواصل الاستراتيجي: هناك فجوة في فهم كيفية تأثير التواصل الشفاف والفعال حول مبادرات الاستدامة في إدارة المرافق على تصورات أصحاب المصلحة (المستثمرين، العملاء، الموظفين) وبالتالي على السمعة المؤسسية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- 1- صعوبة قياس العائد على السمعة: تواجه الشركات صعوبة في قياس العائد المباشر على الاستثمار في الممارسات المستدامة من حيث تحسين السمعة، مما يجعل من الصعب تبرير هذه الاستثمارات للإدارة العليا.
- 2- غياب مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) الواضحة: تفتقر العديد من الشركات إلى مؤشرات أداء واضحة تربط بين أداء إدارة المرافق المستدامة وبين مقاييس السمعة المؤسسية، مما يجعل عملية المتابعة والتحسين غير فعالة.

3- **الفجوة بين السياسات والتنفيذ:** قد تتبنى بعض الشركات سياسات استدامة طموحة، لكنها تواجه تحديات في ترجمة هذه السياسات إلى ممارسات فعلية ومؤثرة على مستوى إدارة المرافق اليومية، مما يخلق انطباعاً بعدم المصادقية (Greenwashing) ويضر بالسمعة بدلاً من تعزيزها .

1.3. أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول موضوعاً يقع في صميم التوجهات الاستراتيجية للمملكة العربية السعودية، حيث تلتقي طموحات رؤية 2030 مع الحاجة الملحة للشركات لتبني نماذج أعمال مستدامة ومسؤولة. إن فهم العلاقة بين الاستدامة البيئية في إدارة المرافق والسمعة المؤسسية لم يعد ترفاً فكرياً، بل هو مفتاح لبناء اقتصاد متنوع وتنافسي ومستدام.

1.3.1. على المستوى النظري:

- 1- **إثراء الأدب العربي والسعودي:** ستساهم هذه الدراسة في سد الفجوة المعرفية من خلال تقديم بحث أصيل وعميق في سياق مدينة الرياض، مما يثري المكتبة العربية والسعودية بدراسة حديثة تجمع بين مجالات إدارة المرافق، والاستدامة، والسمعة المؤسسية.
- 2- **تطوير نموذج نظري متكامل:** تهدف الدراسة إلى تطوير نموذج مفاهيمي يوضح الآليات التي من خلالها تؤثر ممارسات إدارة المرافق المستدامة على أبعاد السمعة المؤسسية (مثل الجاذبية العاطفية، والمسؤولية الاجتماعية، وجودة المنتجات والخدمات).

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- 1- **خارطة طريق للشركات الاستثمارية:** ستقدم نتائج الدراسة توصيات عملية وإطار عمل واضح للشركات الاستثمارية في الرياض، لمساعدتها على دمج الاستدامة في استراتيجياتها التشغيلية والتسويقية لتعزيز العائد على السمعة.
- 2- **أداة لاتخاذ القرار:** ستوفر الدراسة مؤشرات ومعايير يمكن للمدراء استخدامها لتقييم فعالية استثماراتهم في

المباني الخضراء والممارسات المستدامة، وقياس أثرها الملموس على السمعة.

3- دعم مبادرات الرياض الخضراء: تتماشى مخرجات الدراسة وتدعم بشكل مباشر أهداف مشروع "الرياض الخضراء" ومبادرات الاستدامة الأخرى في العاصمة، من خلال تشجيع القطاع الخاص على لعب دور فاعل في تحقيق هذه الأهداف الطموحة.

قائمة المراجع

- 1.Nagiah, G. R., & Mohd Suki, N. (2024). Linking environmental sustainability, social sustainability, corporate reputation and the business performance of energy companies: insights from an emerging market. International Journal of Energy Sector Management.
- 2.Arduini, S., Manzo, M., & Beck, T. (2023). Corporate reputation and culture: the link between knowledge management and sustainability. Journal of Knowledge Management.
- 3.Barroso-Méndez, M. J., Pajuelo-Moreno, M., & Gallardo-Vázquez, D. (2024). A meta-analytic review of the sustainability disclosure and reputation relationship: aggregating findings in the field of social and environmental accounting. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal.
- 4.Calza, F., Sorrentino, A., & Tutore, I. (2023). Combining corporate environmental sustainability and customer experience management to build an integrated model for decision-making. Management Decision.
- 5.Kwon, H., Lee, J., & Choi, L. (2021). Dynamic interplay of environmental sustainability and corporate reputation: a combined parametric and nonparametric approach. Environmental Science, Business.
- 6.Dion, H., & Evans, M. (2023). Strategic frameworks for sustainability and corporate governance in healthcare facilities; approaches to energy-efficient

hospital management. Environmental Science, Business.

7.Dash, A., & Mohanty, S. (2023). The mediating effect of a firm's corporate reputation and sustainability practices in translating CSR into competitive performance in Indian ESG companies. Business, Environmental Science.

8.Du, J., & Ma, Y. (2024). Divergence in ESG Ratings and Its Impact on Corporate Reputation and Management Strategies. Environmental Science, Business.

9.Abideen, Z. (2024). The moderating role of investor sentiments between sustainability reporting and firm reputation. Evidence from Chinese listed firms. Business, Environmental Science.

10.Brunner-Sperdin, A., & Situm, M. (2024). Private social media usage of employees: Implications for corporate risk management to protect corporate reputation. Business.

11.Boujelbene, M., Boukholda, I., Guesmi, T., Ben Amara, M., & Khalilpoor, N. (2023). Solar reflection and effect of roof surfaces material characteristics in heat island mitigation: toward green building and urban sustainability in Ha'il, Saudi Arabia. International Journal of Low-Carbon Technologies.