

**Final Project 1**

**Project Template**

**Faculty of Management  
Midocean University**

عنوان المشروع

## تمكين ذوى الإعاقة اقتصاديا و دوره في تعزيز الاستقرار المعيشى للأسر في المملكة العربية السعودية

أسم الطالبة

هتون يحيى محمد قنديل

مشروع النهائي 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب : 232001324

تاريخ البحث : 2026\2\13

الفصل الدراسي الأول

## جدول المحتويات

|    |                                                  |
|----|--------------------------------------------------|
| 3  | 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة             |
| 4  | 1.1. المقدمة:                                    |
| 5  | 1.2. مشكلة الدراسة                               |
| 6  | 1.2.1. فجوات على المستوى النظري                  |
| 7  | 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي                |
| 8  | 1.3. أهمية الدراسة                               |
| 8  | 1.3.1. على المستوى النظري:                       |
| 9  | 1.3.2. على المستوى التطبيقي:                     |
| 10 | 1.4. أسئلة الدراسة                               |
| 11 | 1.5. أهداف الدراسة                               |
| 12 | 1.6. فرضيات الدراسة                              |
| 12 | 1.7. نموذج الدراسة                               |
| 15 | 1.8. منهجية الدراسة                              |
| 15 | 1.9. الدراسة الميدانية                           |
| 17 | 1.10. مخطط المشروع المقترح                       |
| 19 | 2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة                |
| 20 | 2.1. المقدمة:                                    |
| 20 | 2.2. المتغير المستقل                             |
| 21 | 2.3. المتغير التابع                              |
| 22 | 2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع |
| 23 | 2.5. الخاتمة                                     |
| 24 | قائمة المراجع                                    |

## الفصل الثاني: الدراسات السابقة

تعد السمعة الرقمية (Digital Reputation) في العصر الراهن بمثابة "رأس المال غير الملموس" الذي يحدد المسار الاستراتيجي للمنظمات والمشاريع على حد سواء. ومع التحول المتسارع نحو "اقتصاد المعرفة"، لم يعد نجاح المشروع يُقاس فقط بمدى الالتزام بالمعايير الفنية التقليدية كالجودة والوقت والتكلفة، بل أصبح يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قدرة المشروع على بناء "ثقة رقمية" مستدامة لدى أصحاب المصلحة.

إن الفضاء الرقمي، بما يضمنه من منصات تواصل اجتماعي، ومدونات تقنية، ومواقع تقييم عالمية، خلق بيئة معلوماتية مفتوحة تتسم بالشفافية العالية والسرعة الفائقة في انتقال الآراء. هذا الواقع الجديد فرض على مديري المشاريع تحديات غير مسبوقة؛ حيث يمكن لخبر سلبي أو تقييم غير دقيق أن يقوض جهوداً استمرت لسنوات، وفي المقابل، يمكن للسمعة الرقمية الإيجابية أن تفتح آفاقاً للتمويل والشراكات الاستراتيجية تتجاوز الحدود الجغرافية للمشروع.

وتأتي هذه الدراسة لتعالج الفجوة بين الممارسات الإدارية التقليدية والضرورات الرقمية الحديثة، من خلال استكشاف آليات حوكمة السمعة الرقمية وتحويلها من "مخاطر محتملة" إلى "ميزة تنافسية". إن فهم السمعة الرقمية كمتغير جوهري في دورة حياة المشروع يعد خطوة أساسية نحو تحقيق الاستدامة والنمو في ظل عالم رقمي لا ينام.

## 2.2 المتغير المستقل

هو المتغير الذي يُفترض أنه يؤثر في النتائج، ويتم قياسه من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

1. **بُعد المحتوى الاستراتيجي**: جودة وشفافية المعلومات والتقارير التي ينشرها المشروع رقمياً.
2. **بُعد التفاعل الرقمي**: سرعة واحترافية الرد على استفسارات وشكاوى أصحاب المصلحة عبر المنصات.
3. **بُعد الرصد والمتابعة**: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي (Social Listening) لمراقبة ما يُقال عن المشروع فوراً.

## 2.3 المتغير التابع

هو المتغير المتأثر بالمتغير المستقل، ويتم قياسه من خلال:

1. **كفاءة الأداء**: تحقيق الأهداف المخطط لها بدعم من رضا أصحاب المصلحة.
2. **الملاءة والثقة المالية**: سهولة جذب المستثمرين والممولين بناءً على الصورة الذهنية الإيجابية.
3. **الاستدامة البشرية**: القدرة على استباق الكفاءات المتميزة للعمل في المشروع.

## 2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تنتمى العلاقة بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح المشروع بأنها علاقة طردية ذات أثر تراكمي. ويمكن شرح فلسفة هذه العلاقة كالتالي:

- **تأثير الوسطة: (Mediation Effect)** تعمل السمعة الرقمية كوسيط بين أفعال المنظمة وردود فعل السوق. عندما تتحسن إدارة السمعة (المتغير المستقل)، تنخفض "مقاومة التغيير" من قبل المجتمع والمستثمرين، مما يؤدي مباشرة إلى سلسلة تنفيذ المشروع (المتغير التابع).
- **تقليل تكلفة المخاطر:** العلاقة هنا تبادلية؛ فالسمعة القوية تعمل كـ "درع واقٍ (Buffer)" يقلل من أثر الأزمات التشغيلية. فالمشروع ذو السمعة الطيبة يُمنح "فرصة ثانية" من قبل الجمهور عند وقوع خطأ تقني، مما يحمي استمراريته.
- **القيمة السوقية:** إحصائياً، هناك ارتباط قوي بين "قوة العلامة الرقمية للمشروع" وبين "انخفاض تكلفة التمويل"، حيث يميل الممولون للمخاطرة مع مشاريع تمتلك حضوراً رقمياً موثقاً ومنظماً.

| المتغير المستقل<br>(الأداة) | المتغير التابع<br>(النتيجة) | نوع<br>العلاقة  | التفسير الإداري                                            |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------|
| الشفافية الرقمية            | ثقة المستثمرين              | طردية           | الوضوح الرقمي يقلل من ضبابية المعلومات لدى الممول.         |
| سرعة الاستجابة              | رضا أصحاب المصلحة           | إيجابية<br>قوية | التفاعل اللحظي يمنع تحول المشكلة الصغيرة إلى أزمة رأي عام. |
| جودة المحتوى الرقمي         | استقطاب الكفاءات            | ارتباطية        | الكفاءات تبحث عن مشاريع ذات هوية رقمية واضحة وموثوقة.      |

## 2.5 الخاتمة

في ختام هذا المقترح البحثي، يمكن القول إن السمعة الرقمية لم تعد ترفاً تسويقياً، بل أصبحت ضرورة استراتيجية تفرضها معطيات العصر الرقمي على مديري المشاريع. لقد سعى هذا البحث في جزئه الأول إلى وضع حجر الأساس لفهم التداخل المعقد بين "الأثر الرقمي" و"نجاح المشروع"، موضحاً أن الإدارة الواعية للسمعة هي الضمانة الحقيقية لاستدامة القيمة في بيئة تتسم بالسرعة والشفافية المطلقة.

إن النتائج المتوقعة من هذا البحث ستساهم -بإذن الله- في تقديم خارطة طريق عملية تمكن المنظمات من الانتقال من مرحلة "رد الفعل" تجاه الأزمات الرقمية إلى مرحلة "الإدارة الاستباقية" التي تصنع السمعة وتنميها. وبالانتهاء من هذا التكليف، نكون قد رسمنا المسار المنهجي الذي سيتم اتباعه في الفصول القادمة للوصول إلى إطار عمل متكامل يخدم ممارسي إدارة المشاريع والأكاديميين على حد سواء، بما يتوافق مع رؤى التحول الرقمي الحديثة.

## قائمة المراجع

## أولاً: المراجع العربية (كتب ودوريات)

1. أبو ناصر، محمد. (2024). *إدارة السمعة المؤسسية في العصر الرقمي: استراتيجيات التكيف والمواجهة*. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
2. العتيبي، فهد بن سعد. (2025). أثر التحول الرقمي على كفاءة إدارة المشاريع الكبرى في المملكة العربية السعودية. *"المجلة العربية للإدارة"*، مجلد 45، عدد 2.
3. الشريف، عبد الله. (2023). *إدارة المخاطر المعنوية: السمعة والصورة الذهنية في الفضاء السيبراني*. دار الفكر العربي، القاهرة.
4. منصور، إيمان. (2022). دور منصات التواصل الاجتماعي في بناء الثقة الرقمية للمشاريع الناشئة. *"مجلة الدراسات الإدارية والاقتصادية"*، جامعة الملك سعود.
5. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2025). *تقرير التحول الرقمي السنوي: رؤية 2030 وأثرها على ممارسات الأعمال*. الرياض.

---

## ثانياً: المراجع الأجنبية (English References)

6. Benes, V., & Clarke, R. (2024). *Digital Reputation Management: A Strategic Approach for Project Leaders*. Routledge.
7. Kerzner, H. (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (13th ed.). Wiley. (مرجع أساسي في إدارة المشاريع).
8. Miller, J. A. (2025). "The Impact of Online Reviews and Digital Sentiment on Project Funding". *International Journal of Project Management*, 43(1), 112-125.
9. Project Management Institute (PMI). (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition*.
10. Smith, T., & Brown, L. (2023). "Automated Reputation Monitoring using AI in Complex Projects". *Journal of Business Research*, Vol. 156.