

Final Project 1

Project Template

**Faculty of Management
Midocean University**

عنوان المشروع

أثر السمعة الرقمية للمنظمات على كفاءة إدارة مشاريعها الإستثمارية

أسم الطالبة

دعاء محمد أبو سارة

مشروع النهائي 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب : 232000249

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

المستوى	المستفيد الرئيسي	القيمة المضافة
النظري	الباحثون والأكاديميون	بناء نموذج معرفي يربط السمعة بنجاح المشاريع.
التطبيقي	مديري المشاريع والمنظمات	تحويل السمعة الرقمية من "خطر" إلى "ميزة تنافسية".
الاستراتيجي	المستثمرون وأصحاب المصلحة	تعزيز الثقة والشفافية في بيئة العمل الرقمية.

1.4. أسئلة الدراسة

يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي " كيف تساهم إدارة السمعة الرقمية في تعزيز نجاح واستدامة المشاريع في ظل التحول الرقمي؟"

وينبثق من هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

1. **السؤال الأول:** ما هو الواقع الراهن لممارسات إدارة السمعة الرقمية في المشاريع المعاصرة؟
2. **السؤال الثاني:** ما هي العلاقة الارتباطية بين الانطباعات الرقمية لأصحاب المصلحة وبين تحقيق الأهداف التشغيلية للمشروع؟
3. **السؤال الثالث:** ما هي أبرز المخاطر الرقمية التي تهدد سمعة المشاريع وكيف يمكن التنبؤ بها قبل وقوعها؟
4. **السؤال الرابع:** ما هو الإطار المقترح لدمج إدارة السمعة الرقمية كجزء أصيل من منهجية إدارة المشاريع؟

سؤال البحث	الهدف المرتبط به
واقع ممارسات السمعة الرقمية	تشخيص الوضع الحالي وفهم المفاهيم الأساسية.
العلاقة بين الانطباعات والأهداف	قياس الأثر المادي والمعنوي للسمعة على نجاح المشروع.
المخاطر الرقمية والتنبؤ بها	تطوير آليات استباقية لإدارة المخاطر (Risk Management).
الإطار المقترح للدمج	تقديم حلول عملية وتوصيات قابلة للتطبيق في بيئة العمل.

1.5. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى تحليل دور السمعة الرقمية في تعزيز نجاح المشاريع واستدامتها، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي الأهداف التفصيلية التالية:

- 1. التعرف على المفاهيم والأسس النظرية:** تأصيل مفهوم السمعة الرقمية في فكر إدارة المشاريع وتحديد أبعادها ومكوناتها الأساسية في البيئة الرقمية.
- 2. تشخيص الواقع التطبيقي:** استكشاف ممارسات إدارة السمعة الرقمية الحالية في المشاريع، ومعرفة مدى وعي مديري المشاريع بأهميتها كأصل استراتيجي.
- 3. تحليل العلاقة والأثر:** قياس مدى تأثير الانطباعات الرقمية والتقييمات عبر الإنترنت على قرارات أصحاب المصلحة (المستثمرين، العملاء، والموظفين).
- 4. تحديد وتحليل المخاطر:** حصر المخاطر الرقمية التي قد تهدد سمعة المشروع ووضع آليات علمية للتنبؤ بها وإدارتها بشكل استباقي.
- 5. تطوير إطار عمل مقترح:** بناء نموذج إداري متكامل يساعد المنظمات على دمج "إدارة السمعة" ضمن العمليات القياسية لإدارة المشاريع (مثل التخطيط والمخاطر).

سؤال الدراسة	الهدف المقابل له
ما هو الواقع الراهن لإدارة السمعة؟	تشخيص الواقع التطبيقي ومستوى الوعي لدى المديرين.
ما هي العلاقة بين الانطباعات والأهداف؟	تحليل العلاقة والأثر على قرارات أصحاب المصلحة.
ما هي أبرز المخاطر الرقمية وكيفية التنبؤ بها؟	تحديد وتحليل المخاطر ووضع آليات التنبؤ الاستباقي.
ما هو الإطار المقترح لدمج السمعة بالإدارة؟	تطوير إطار عمل ونموذج إداري متكامل للمشاريع.

1.6. فرضيات الدراسة

تنطلق هذه الدراسة من مجموعة من الفرضيات الأساسية التي تسعى لاختبارها:

- **الفرضية الأولى: (H1)** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى "الشفافية الرقمية" للمشروع وبين "ثقة أصحاب المصلحة. (Stakeholders Trust) "
- **الفرضية الثانية: (H2)** يؤدي الاستخدام الفعال لأدوات "المراقبة الرقمية (Social Listening) إلى تقليل المخاطر التشغيلية للمشاريع بنسبة ملموسة.
- **الفرضية الثالثة: (H3)** هناك فروق ذات دلالة إحصائية في "معدلات نجاح المشاريع" بين المنظمات التي تتبنى استراتيجيات إدارة السمعة الرقمية وتلك التي تتجاهلها.
- **الفرضية الرابعة: (H4)** تؤثر "الاستجابة الفورية" للآزمات الرقمية إيجابياً على استدامة الصورة الذهنية للمشروع حتى في حالات الإخفاق التقني.

المتغير	مؤشر القياس (Indicator)	طريقة التحقق
السمعة الرقمية	عدد التقييمات الإيجابية، سرعة الرد، جودة المحتوى.	تحليل المنصات الرقمية.
نجاح المشروع	الالتزام بالجدول الزمني، رضا العميل، جلب تمويل جديد.	سجلات المشروع.
إدارة الأزمات	الوقت المستغرق للرد على شكوى، تراجع حدة الانتقادات.	رصد وتحليل البيانات (Analytics).

1.7. نموذج الدراسة

نموذج الدراسة الموسع (Conceptual Framework)

يعتمد نموذج الدراسة على فلسفة "الأصول غير الملموسة"، حيث يفترض أن السمعة الرقمية ليست نتاجاً للصدفة، بل هي عملية إدارية منظمة تؤثر بشكل مباشر على مخرجات المشروع. يتكون النموذج من ثلاثة أبعاد رئيسية:

أ. المتغير المستقل: إدارة السمعة الرقمية (Digital Reputation Management)

هذا هو المتغير الذي يتحكم فيه مدير المشروع، ويتفرع إلى:

1. **بُعد المحتوى الاستباقي:** جودة المعلومات المنشورة عن المشروع، الشفافية في عرض الإنجازات، واستخدام الوسائط الرقمية لتعزيز الهوية.
2. **بُعد التفاعل والاستجابة:** سرعة الرد على استفسارات أصحاب المصلحة، والقدرة على إدارة الحوار الرقمي في المنصات المختلفة.
3. **بُعد المصادقية الرقمية:** تطابق ما يتم نشره رقمياً مع ما يتم تنفيذه فعلياً على أرض الواقع في موقع المشروع.

ب. المتغير التابع: نجاح واستدامة المشروع (Project Success & Sustainability)

وهو النتيجة التي يسعى البحث لقياسها، وتتمثل في:

1. **الثقة المالية:** قدرة المشروع على جذب تمويل إضافي بناءً على سمعته الرقمية القوية.
2. **الثقة الاجتماعية:** قبول المجتمع المحلي والمحيط الرقمي للمشروع وتقليل المقاومة له.
3. **الاستدامة التشغيلية:** قدرة المشروع على جذب أفضل الكفاءات البشرية (Talent Acquisition) الذين يفضلون العمل في مشاريع ذات سمعة رقمية طيبة.

ج. المتغير الوسيط: إدارة الأزمات الرقمية (Digital Crisis Management)

يعمل هذا المتغير كـ "مصفاة"؛ فإذا واجه المشروع أزمة (مثل شائعة تقنية أو تأخير في التنفيذ)، فإن كفاءة إدارة الأزمة رقمياً هي التي ستحدد ما إذا كانت السمعة ستنهار أم ستتعاوى وتزداد قوة.

المسار (الارتباط)	طبيعة التأثير	التفسير الإداري
المحتوى الرقمي ← ثقة المستثمر	تأثير طردي مباشر	كلما زادت جودة وشفافية التقارير الرقمية، زاد اطمئنان الممولين للمشروع.
التفاعل الرقمي ← ولاء العملاء	تأثير إيجابي قوي	الاستجابة السريعة للشكاوى رقمياً تحول العميل الغاضب إلى مروج للمشروع.
إدارة الأزمة ← حماية السمعة	دور تعديلي (Moderating))	الإدارة الاحترافية للأزمة تمنع انتقال الأثر السلبي من "مشكلة تقنية" إلى "انهيار في السمعة".

1.8. منهجية الدراسة

تحدد المنهجية الخطوات العلمية التي سيتبعها الباحث لجمع البيانات وتحليلها، وتتكون من الأجزاء التالية:

أولاً: منهج البحث (Research Approach)

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يقوم على:

- **الجانب الوصفي:** رصد وتوصيف ظاهرة السمعة الرقمية في المشاريع وجمع المعلومات النظرية عنها من الأدبيات السابقة.
- **الجانب التحليلي:** محاولة الربط بين المتغيرات (مثل أثر السمعة على نجاح المشروع) وتحليل الأسباب والنتائج للوصول إلى استنتاجات علمية رصينة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة (Population and Sample)

- **مجتمع الدراسة:** يتمثل في مديري المشاريع، ورؤساء أقسام التحول الرقمي، وأصحاب المصلحة في المشاريع التقنية والإنشائية الحديثة.
- **عينة الدراسة:** سيتم اختيار عينة قصدية (Purposive Sample) من المتخصصين الممارسين لإدارة المشاريع، لضمان الحصول على بيانات ذات قيمة تطبيقية عالية.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات (Data Collection Tools)

لتحقيق التعددية في البيانات (Triangulation)، سنستخدم على:

1. **المصادر الثانوية:** مراجعة الكتب، الدوريات العلمية، والتقارير الأكاديمية المنشورة حول إدارة السمعة والمشاريع.
2. **المصادر الأولية * الاستبيان (Survey):** لجمع بيانات كمية من عينة الدراسة حول وعيهم بأهمية السمعة الرقمية.

○ **تحليل المضمون (Content Analysis):** لبعض حالات المشاريع (Case

Studies) وكيفية ظهورها رقمياً وتأثير ذلك على نتائجها.

رابعاً: حدود الدراسة (Research Limits)

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على أثر السمعة الرقمية في سياق إدارة المشاريع فقط.
- **الحدود الزمنية:** تغطي الدراسة الأدبيات والممارسات المنشورة في الفترة من (2020-2026).
- **الحدود المكانية:** تركز الدراسة على بيئة الأعمال الرقمية (عالمياً مع التركيز على نماذج من المنطقة العربية).

1.9. الدراسة الميدانية

تستهدف الدراسة الميدانية نقل البحث من الإطار النظري إلى الإطار التطبيقي من خلال رصد وتحليل واقع السمعة الرقمية في مشاريع حقيقية.

أولاً: أداة الدراسة (Research Instrument)

سوف تعتمد الدراسة على "الاستبيان الإلكتروني" كأداة رئيسية لجمع البيانات، مقسماً إلى ثلاثة أجزاء:

1. **البيانات الديموغرافية:** سنوات الخبرة، طبيعة المشروع، المنصب الإداري.
2. **محور ممارسات السمعة:** أسئلة حول مدى استخدام أدوات الرصد الرقمي في المشروع.
3. **محور قياس الأثر:** أسئلة تقيس العلاقة بين التقييمات الرقمية وتحقيق مستهدفات المشروع (KPIs).

ثانياً: عينة الدراسة (Sample Selection)

سيتم تطبيق الدراسة على عينة من مديري المشاريع في قطاعات متنوعة (تقنية، إنشائية، خدمية) لضمان شمولية النتائج. سيتم استهداف **50-100** مشارك لضمان تمثيل إحصائي كافٍ للبحث المكون من 25 ورقة.

ثالثاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحليل البيانات الميدانية، سيتم استخدام برنامج **SPSS** أو **Excel** لتطبيق الاختبارات التالية:

- **معامل ألفا كرونباخ**: لقياس ثبات أداة الدراسة.
- **التكرارات والنسب المئوية**: لوصف خصائص العينة.
- **اختبار (T-test) أو (ANOVA)**: لمعرفة الفروق في تصورات المديرين بناءً على خبراتهم.
- **معامل ارتباط بيرسون**: لقياس قوة العلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع.

1.10. مخطط المشروع المقترح

لضمان إتمام البحث بالجودة المطلوبة وفي الوقت المحدد، تم وضع جدول زمني يعتمد على منهجية إدارة المشاريع (WBS - Work Breakdown Structure)، مقسماً إلى مراحل أساسية:

أولاً: مراحل التنفيذ الزمنية

1. المرحلة التحضيرية (الأسبوع 1-2):

- تحديد العنوان بدقة واعتماده.
- بناء خطة البحث (التكليف الأول).
- حصر المراجع والمصادر الأولية.

2. مرحلة الإطار النظري (الأسبوع 3-5):

- كتابة الفصل الأول (المفاهيم والنظريات).
- كتابة الفصل الثاني (العلاقة بين السمعة الرقمية وإدارة المشاريع).
- توثيق المراجع بنظام APA.

3. مرحلة الدراسة الميدانية والتحليل (الأسبوع 6-8):

- تصميم أداة الدراسة (الاستبيان).
- جمع البيانات من عينة الدراسة.
- إجراء التحليل الإحصائي وتفسير النتائج.

4. المرحلة الختامية والمراجعة (الأسبوع 9-10):

- صياغة التوصيات والنتائج النهائية.
- مراجعة التنسيق الأكاديمي والتدقيق اللغوي.

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.