



كلية التجارة – قسم إدارة الأعمال

جامعة مدينة السادات

العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية (دراسة تطبيقية علي البنوك التجارية في مصر)

الأستاذ الدكتور /حسين السيد طه
أستاذ الموارد البشرية و إدارة الأعمال كلية تجارة جامعة مدينة السادات
وعميد كلية التجارة سابقاً

٢٠٢١ ميلادية - ١٤٤٢ هجرية

إعداد

أسماء فتحي سيد عبده

الفصل الأول الإطار العام للبحث

مقدمة:

وقد ظهرت العديد من السلوكيات والمفاهيم الإدارية الحديثة والتي أصبحت المنظمات العربية وخاصة البنوك التجارية فى أمس الحاجة لدراستها ومن هذه السلوكيات الثقة التنظيمية ، والتي تعد أحد الدعائم الأساسية التى تساعد المنظمات على تدعيم فاعليتها وتحقيق أهدافها ، كما تعد من أكثر الأدوات الإدارية فعالية لأنها تهيئ الظروف اللازمة لنجاح المنظمات فهي عامل محوري فى تحقيق نجاح المنظمات ، فحينما يسود جو من الثقة التنظيمية يستطيع الأفراد الإفصاح عن مشاعرهم (Paliskiewics et al. , 2015) ، فالعلاقات التى تتميز بثقة عالية تجعل الأفراد أكثر رغبة فى الإشتراك فى التبادلات الإجتماعية بشكل عام والتفاعل التعاونى بشكل خاص وتعتبر الثقة من إحدى العوامل لإزالة المخاوف للأفراد (بعاج ولعمور، ٢٠٢٠)، وظهر أيضاً مفهوم السمعة التنظيمية وهو إدراك أو حكم أصحاب المصالح عن قدرة المنظمة لخلق القيمة معتمدة على الأفعال القديمة ، وهى توفر التوقعات المستقبلية بشأن المنظمة وتخلق الشهرة لها (Hendrik,2016)

ويمكن القول أن السمعة الإيجابية القوية للمنظمة تخلق حواجز دخول السوق مما يعزز من الوضع الاستراتيجي للمنظمة (Zhang and Schwaiger, 2009) كما تعمل على حمايتها فى أوقات الأزمات , ومع ذلك يمكن لحادثة واحدة سلبية أن تدمر سمعة المنظمة , وطبقاً لـ (Shamma, 2012) فإن (Warren Buffet) يقول :

"قد تستغرق عشرون عاماً لبناء سمعة طيبة وخمسة دقائق لتدميرها. إذا كنت تفكر فى ذلك , عليك أن تفعل الأشياء بشكل مختلف."

وبناءً على ذلك تستطيع الدولة أن تتميز عن غيرها من الدول بإقتصاد أفضل وتصبح من الدول المتقدمة عن طريق دراسة مفاهيم الثقة التنظيمية والسمعة التنظيمية ، وفى ضوء ما تقدم فى هذا البحث تسعى الباحثة من خلال التقصى والتحليل إلى معرفة العلاقة بين السمعة التنظيمية و الثقة التنظيمية .

أولاً: مفاهيم ومصطلحات البحث:

١ - السمعة التنظيمية

عرفها (Kawengian et al.,2019) بأنها مزيج من التوقعات والتصورات والآراء الخاصة بالمنظمة التى تم تطويرها مع مرور الوقت من قبل جميع أصحاب المصالح فيما يتعلق بالمنظمة وخصائصها وسلوكها بناءً على التجربة الشخصية.

وتتمثل أبعاد السمعة التنظيمية(عبدالعظيم، ٢٠١٩) عن (Walsh et al.,2009)

- ١/١ - التوجه بالعمل : هو إدراك العميل لإستعداد موظفى المنظمة لتلبية حاجات العملاء.
- ١/٢ - جودة المنتج :إدراك العملاء للجودة والإبتكار والقيمة والموثوقية فى خدمات المنظمة.
- ١/٣ - الرؤية والقيادة : هى إدراك الموظفين والعملاء أن المنظمة لها قيادة متميزة ورؤية واضحة للمستقبل وأنها تقوم باستغلال الفرص التسويقية أمامها.
- ١/٤ - بيئة العمل :تشير إلى أن المنظمة تدار بشكل جيد بحيث تبدو المنظمة جيدة للعمل وتعامل موظفيها بشكل جيد وتهتم بهم.

- ١/٥ - القوة المالية :هى إدراك مدى جدارة وربحية وقوة المنظمة ، وعلاوة على ذلك فهى مقياس لتوقعات العملاء بأن المنظمة تستخدم مواردها المالية بطريقة مسؤولة ، وإن الإستثمار فيها ينطوى على مخاطر ضئيلة .
- ١/٦ -المسئولية البيئية والإجتماعية:تشير إلى أن المنظمة لها دور إيجابى نحو المجتمع والبيئة.

٢ - الثقة التنظيمية

الثقة التنظيمية هى البيئة النفسية التى يخلقها جميع أعضاء المنظمة (Sarikaya & Kara,2020).
وتتمثل أبعاد الثقة التنظيمية فيما يلى (حسانين ، ٢٠٢٠) :

٢/١ - الثقة بالإدارة العليا : هى مدى قناعة الأفراد وإيمانهم بالأهداف والقيم والقرارات والمبادئ التى تتبناها المنظمة التى يعملون بها وأن إدارة تلك المنظمات تتبع إجراءات عادلة ونزيهه وأنها تقدم الدعم التنظيمى لجميع العاملين وتساعد على زيادة مناخ تنظيمى يلبى إحتياجات جميع العاملين وتحفزهم للسعى قدماً لتحقيق الغايات والأهداف المنشودة.

٢/٢ -الثقة بالمديرين :هى قناعة الأفراد وإيمانهم بمديرهم المباشر من حيث درجة إهتمامه ودعمه لهم وتلبيته لحاجاتهم وتقديره لجهودهم والعمل على رفع روحهم المعنوية وتحفيزهم على الإبداع والإبتكار وتمتعه بالشفافية والنزاهة والموضوعية عند تعامله مع الجميع .

٢/٣ - الثقة بزملاء العمل : هى ثقة الأفراد داخل المنظمة فى زملائهم من حيث علاقات التواصل البناء والتعاون والإعتماد المتبادل والميل نحو مشاركة المعرفة وتقاسمها مع الزملاء وعدم حجبها، وتقديم المشورة والنصح بالإضافة للثقة بأن الزملاء يقومون بأعمالهم بكفاءة وإقتدار ويقدمون العون والمساعدة لبعضهم البعض بعيداً عن المصلحة

الشخصية.

ثانياً: الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة محوراً مهماً للدراسة النظرية كما تمثل الدراسات السابقة عاملاً مساعداً في تبرير مشكلة الدراسة نظرياً وصياغة أهدافها وفروضها، وفي هذا الجزء تقوم الباحثة بتناول بعض الدراسات السابقة والتي أتيج للباحثة الإطلاع عليها ، وقد قامت الباحثة بعرض الدراسات السابقة على عدة محاور :

١- دراسات سابقة تناولت السمعة التنظيمية .

٢- دراسات سابقة تناولت الثقة التنظيمية.

٤- دراسات سابقة تناولت العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية.

١- دراسات سابقة تناولت السمعة التنظيمية

كما ركزت دراسة (Shirin & Kleyn,2017) على العلاقة بين إرتباط الموظفين والسمعة التنظيمية بالتطبيق على أحد البنوك بجنوب افريقيا تم تجميع البيانات من عينة بلغت ٥٠٩ مفردة من العاملين ببنك جنوب أفريقيا وقد تم استخدام المعادلة الهيكلية وتوصلت إلى أن السمعة التنظيمية هي مؤشر قوى أن السمعة التنظيمية من الموارد القليلة التي تؤثر على التميز في الأداء وعلى ربحية البنك وكذلك إرتباط العاملين وهي دراسة توضح أثر السمعة التنظيمية على الإرتباط الوظيفي .

ركزت دراسة (Joshi & Singh,2017) على تأثير السمعة التنظيمية على الإلتزام والولاء للمواطنين في شركات الإتصالات وقد تم تطبيق الدراسة على ٣٨٠ عميل اتصالات في الهند وقد إستنتجت أن المديرين يجب أن يقوموا بأفضل ما لديهم حتى يتمتعوا بسمعة جيدة تؤدي إلى الإلتزام وولاء العملاء.

هدفت دراسة (Ravas et al. , 2018) إلى التركيز على مفهوم السمعة التنظيمية وتكوينها والتغير والتحكم بها والتفاصيل الدقيقة في السمعة التنظيمية وتوصلت إلى مدى أهمية السمعة التنظيمية على المنظمة والعاملين والعملاء والبيئة والمجتمع.

فحصت دراسة (موسى والسيد،٢٠١٩) العلاقة بين السمعة التنظيمية والأداء الوظيفي في وجود الرفاهية النفسية كوسيط بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة مدينة السادات وقد إعتادا الباحثين على عمل قوائم إستقصاء تضم ٢٤٥ مفردة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة مدينة السادات وقد أظهرت النتائج وجود قوة إرتباط بين أبعاد السمعة التنظيمية ومستوى الأداء الوظيفي ووجود علاقة إرتباط بين أبعاد السمعة التنظيمية ومستوى الرفاهية النفسية ووجود علاقة إرتباط بين مستوى الرفاهية والأداء الوظيفي ووجود درجة توافق بين أبعاد السمعة التنظيمية وأبعاد الأداء الوظيفي.

سعت دراسة (صباح ، ٢٠٢٠) على الإهتمام بأبعاد المنظمة الأخلاقية ودورها في بناء السمعة التنظيمية وقد تم إختيار عدد ٢١١ مفردة من موظفين الجامعات الفلسطينية وتوصلت إلى وجود علاقة بين أبعاد المنظمة الأخلاقية (القيادة الأخلاقية والسمعة الأخلاقية التنظيمية) والسمعة التنظيمية .

أهتمت دراسة(Almorshoodi et al.,2021) بدراسة الأزمات الإدارية والإتصال القباذي ودورها في السمعة التنظيمية وقد تم إختيار ٢٧٦ عينة من موظفي المنظمات العامة بماليزيا وقد توصلت إلى أن القيادة الجيدة تمكن المنظمة من إدارة الأزمات وتحسين السمعة وكسب المصداقية.

٢- دراسات سابقة تناولت الثقة التنظيمية

ركزت دراسة (موسى وموسى ،٢٠١٥) على أثر الثقة التنظيمية على جودة حياة العمل بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس وأعضاء الهيئة المعاونة بجامعة مدينة السادات وقد تم إختيار عدد عينة من ٢٧١ مفردة من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة وأكدت النتائج عدم وجود تمايز جوهري بين أعضاء هيئة التدريس وأعضاء الهيئة المعاونة من حيث جودة حياة العمل ووجود علاقة طردية قوية جداً بين متغيرات الثقة التنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس وأعضاء الهيئة المعاونة في جامعة مدينة السادات ومستوى جودة حياة العمل لديهم مأخوذة بشكل إجمالي.

ركزت دراسة (Martins et al.,2016) على دراسة تأثير الثقة والإلتزام والتعاون والقوة في علاقات المنظمة الداخلية على تعاونيات الإنتمان البرازيلي تم تطبيق الدراسة على البنك المركزي البرازيلي تم التطبيق على عينة من ١٤٦ مفردة عن طريق استخدام نموذج المعادلى وقد توصلت إلى أن هناك علاقة إيجابية بين الثقة والإلتزام والتعاون والقوة في علاقات المنظمة الداخلية والتعاونيات الإنتمانية البرازيلية.

ركزت دراسة (Kars & Inandia,2018) على العلاقة بين سلوكيات القيادات وثقة المدرسين وقد تم إختيار عينة من ٧٢٢ مفردة وأثبتت الدراسة أن العلاقات الإيجابية بين الإدارة والعاملين تركز على الإحساس بالثقة ، وحينما يثق العاملون بالإدارة هذا يجعلهم يتقوا بالمنظمة ككل ، وعامة كلما زادت الثقة فى إدارة المنظمة كلما زادت المشاركة فى إتخاذ القرارات والرضا الوظيفى والأداء الجيد للمنظمة ومشاركة المعلومات التى تساعد على نجاح وعدالة المنظمة ومشاركة الأراء وزيادة رفاهية المنظمة مع تقليل الصراعات والرغبة لترك الوظيفة

أوضحت دراسة(Murdise & Elif,2019) أثر الثقة التنظيمية على دوران العمل وقد شارك ٢٢٨ عامل فى شركات القطاع الخاص فى مدينة إسطنبول فى الإستقصاء وأثبتت النتائج أن الثقة التنظيمية تؤثر بشكل إيجابى على دوران وحركة العمل .

ركزت دراسة (بعاج ولعمور،٢٠٢٠) إلى دراسة تأثير الثقة التنظيمية على إستبقاء العاملين فى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تم إجراء إختبار على عينة مكونة من ٣٦ مفردة من العاملين فى أربع شركات صغيرة ومتوسطة من شركات التأمين وقد توصلت إلى أن أغلب موظفى الشركات لديهم إلتزام بالبقاء فى مؤسساتهم إضافة إلى وجود مستوى مقبول من السمعة التنظيمية لدى العمال إتجاه الزملاء والمشرفين وأن هناك دلالة إحصائية لوجود أثر الثقة التنظيمية على إستباق العاملين .

تناولت دراسة (sarmawa et al,2020)العلاقة بين القيادة الأخلاقية والثقة التنظيمية للمنظمة وقد تم إختيار عينة مكونة من ٩٣ من قادة المؤسسات الإنتمانية LPD بمدينة بالى وقد أثبتت الدراسة أن الأخلاق جزء أساسى من القيادة وأن هناك علاقة إيجابية بين القيادة الأخلاقية والثقة بالمنظمة.

٣- دراسات سابقة تناولت العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية:

أوضحت دراسة (Esen,2012) دور الثقة التنظيمية على العلاقة بين إرتباط العاملين والسمعة التنظيمية وقد تم التطبيق على الخطوط الجوية وقدر حجم العينة بحوالى ٣٤٣ مفردة ووجدت أن السمعة التنظيمية تؤدي إلى خلق الثقة وخلق الثقة يؤدي إلى تحفيز العاملين وإرتباطهم بالمنظمة .

أهتمت دراسة (Pinyol,2013) بدراسة نماذج الثقة والسمعة لأنظمة المتعددة للوكالات وقد توصلت إلى أن التكامل بين الثقة والسمعة يؤدي إلى خلق أنظمة جيدة للوكالات.

فحصت دراسة (Jehn&Scott,2015) أثر عدم أمانة الموظفين على السمعة التنظيمية وأستنتجت أن عدم أمانة الموظفين يؤدي إلى إندام الثقة مما يؤثر بشكل سلبى على السمعة التنظيمية.

سعت دراسة (Toumi et al.,2016) إلى دراسة نموذج ثقة السمعة وأثره فى تطوير التكنولوجيا وتبادل المعلومات بطريقة موثوق فيها وتوصلت إلى أن الإهتمام بالثقة والسمعة معاً يؤدي للوصول إلى معلومات دقيقة ومفيدة تؤدي إلى تميز المنظمة.

ركزت دراسة(النجار والناظر،٢٠١٨) على دراسة أثر إدارة المواهب على السمعة التنظيمية و الدور المعدل للثقة التنظيمية وقد تم إختيار عينة من ٢٥٤ مفردة من العاملين فى البنوك وأستنتجت أن إدارة المواهب وتنمية قدراتهم عن طريق التدريب وخلق وتهيئة العاملين الموهبين لشغل مناصب أفضل وأنسب لقدراتهم تؤدي لتحسين السمعة التنظيمية من خلال الثقة التى تخلقها للموهبين.

كما أظهرت دراسة (سرجيوس ، ٢٠٢٠) مدى فاعلية المسؤولية الإجتماعية للشركة فى مقابل الإعلان فى بناء سمعة الشركة والنية نحو الشراء فى ظل الدور الوسيط للثقة والصورة الذهنية ورضا العملاء وقد تم إختيار عينة مكونة من ٢٠٠ من عملاء البنوك التجارية فى مصر وقد توصلت إلى أنه على الرغم من ضعف الإعلان فى بناء أسس عميقة وقوية لسمعة الشركة مثل الثقة والصورة الذهنية إلا أنه له دور فى إنتشار سمعة الشركة .

أشارت دراسة (Ogazhi et al., 2020) إلى تغيير الثقة والسمعة فى التسويق الإلكتروني وقد تم إختيار عينة مكونة من ٧٢٧ من عملاء الشراء عبر الإنترنت الذكور والإناث وقد توصلت إلى أن زيادة الثقة والسمعة الجيدة قد تدفع الذكور والإناث إلى التوجه للشراء الإلكتروني وتحقيق أرباح عالية للموقع .

تناولت دراسة(Urena et al.,2020) الثقة والسمعة على شبكات التواصل الإجتماعى وتشير الدراسة أن شبكات التواصل الإجتماعى يتم فيها تبادل كم هائل من المعلومات وأن السمعة الجيدة تولد الثقة التى تجعل المستخدم يقبل على شبكة التواصل .

أهم النتائج المستخلصة من الدراسات السابقة

جدول رقم ١/١

نتائج الدراسات السابقة	الفجوة البحثية	الدراسة الحالية
١- أهتمت الدراسات السابقة بمفهوم السمعة التنظيمية كدراسة Reputation institution,2012 Sontiate& Kristenen,2007 ودراسة تكوينها ونشأتها، كما أهتمت دراسات أخرى بالعلاقة بين السمعة التنظيمية والمفاهيم الإدارية الأخرى كالعلاقة بين السمعة التنظيمية والمنظمات العامة (Lumoaho,2008) وإدارة المواهب (عبود وضياء الدين، ٢٠١٧) وإرتباط العاملين (Shirin & Kleyn,2017) ونتجت عن هذه الدراسات أن السمعة التنظيمية مفهوم أساسي للمنظمة التي تسعى إلى النجاح وتحقيق أهدافها.	١-تركيز البنوك على تحقيق المستهدفات وإغفال الإهتمام بالموظف و الإهتمام بالعمل مما أثر على سمعة البنوك وثقة العاملين في مديرهم وإدارتهم بل وبين بعضهم البعض .	١-أتفقت الدراسة الحالية مع دراسة Sabater & (Esen,2011) و (Siera ,2003 Horgan et) و (Sرجيوس، ٢٠٢٠) (al.,2016) و(Oyazhi et al,2020) أن هناك علاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية وأن السمعة الجيدة تخلق الثقة وأن الخلل في السمعة التنظيمية يؤدي إلى إنعدام الثقة .
٢-كما أهتمت الدراسات السابقة بمفهوم الثقة التنظيمية وعلاقته بالمفاهيم الأخرى كالثقة الإجتماعية (Anthony,2003) والإتصال الفردي (Brimhall,2010) ولعمور، ٢٠٢٠) وقد بينت مدى أهمية الثقة التنظيمية للمجتمع ككله ولنجاح المنظمات.		٢- وعليه فقد وجدت الباحثة الحاجة للربط بين المتغيرين ، والإهتمام بمفاهيم الثقة التنظيمية والسمعة التنظيمية والإستفادة من هذه المفاهيم.

ثالثاً: الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بعمل دراسة إستطلاعية استهدفت الحصول على بيانات إستكشافية حول السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية للبنوك التجارية المصرية ، بالإضافة إلى مساعدة الباحثة في تحديد وبلورة مشكلة وتساؤلات البحث ، والتوصل إلى صياغة دقيقة لفروضة وقد إعتمدت الباحثة في إجراء الدراسة الإستطلاعية على إسلوبين هما:

أ- الدراسات المكتبية :

- إستهدفت الدراسة المكتبية جمع البيانات الثانوية المرتبطة بموضوع البحث و تتمثل أهم هذه البيانات في :
 - المفاهيم المختلفة للثقة التنظيمية و السمعة التنظيمية.
 - أبعاد الثقة التنظيمية وأبعاد السمعة التنظيمية.

و لقد تم الحصول على البيانات الثانوية من مصادرها المختلفة و تتمثل أهم هذه المصادر في المراجع العربية و الأجنبية التي تناولت الثقة التنظيمية و السمعة التنظيمية.

ب- المقابلات الشخصية:

قامت الباحثة بإجراء عدد (٤٠ مفردة) من المقابلات الفردية الشخصية مع بعض المديرين و العاملين بالبنوك

التجارية المصرية , حيث تمت مناقشة المتغيرات المرتبطة بالدراسة و المتمثلة في أبعاد الثقة التنظيمية و أبعاد السمعة التنظيمية, و من ثم شملت الدراسة الإستطلاعية المحاور الآتية :

غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق تماماً	موافق	العبارات
المحور الأول : درجة استيعاب البنوك محل الدراسة لمفهوم السمعة التنظيمية وأثرها					
					١ . يحرص البنك على الإحتفاظ بالعملاء وكسب عملاء جدد.
					٢ . يهتم البنك بتقديم منتجات وخدمات ذو جودة عالية.
					٣ . يتمتع البنك ببيئة عمل صحية وجيدة.
					٤ . لدى البنك رؤية وقيادة واضحة.
					٥ . استطاع البنك تحقيق مستهدفاته المالية خلال الثلاث أعوام الأخيرة.
					٦ . يقوم البنك بدوره إتجاه خدمة المجتمع والبيئة.
المحور الثانى : قياس درجة إستيعاب البنوك محل الدراسة لمفهوم الثقة التنظيمية وأثره.					
					١ . يلتزم البنك بإعطاء الموظفين حقوقهم.
					٢ . يشارك المدير الموظفين في إتخاذ قراراته.
					٣ . يوجد مساعدة من الزملاء فى حالة حدوث مشكلة .

النتائج المستخلصة من الدراسة الإستطلاعية:-

- أشارت إلى عدم إهتمام البنوك بالإحتفاظ بالعميل وجذب عملاء جدد(وفقاً لإجابات ٢٠ من العينة وبنسبة ٥٠ %) .
- أشارت إلى قصور البنوك عن تقديم خدمات ذو جودة عالية لا يوجد بها خلل (وفقاً لإجابات ٢٧ من العينة وبنسبة ٦٧,٥%)
- أشارت إلى وجود قصور فى تمتع الموظف ببيئة جيدة وصحية (وفقاً لإجابات ٣٠ من العينة وبنسبة ٧٥%) .
- أشارت إلى عدم وجود قيادة ورؤية واضحة (وفقاً لإجابات ٢٧ من العينة وبنسبة ٦٧,٥%) .
- أشارت إلى عدم تحقيق البنك لمستهدفاته الماليه خلال الثلاث سنوات الأخيرة (وفقاً لإجابات ٢٢ من العينة وبنسبة ٥٥%) .
- أشارت إلى قصور فى تأدية البنوك لدورها إتجاه المجتمع والبيئة (وفقاً لإجابات ٢٥ وبنسبة ٦٢,٥%) .
- أشارت إلى ضعف الثقة فى الإدارة العليا (وفقاً لإجابات ٢٦ من العينة وبنسبة ٦٥%) .
- أشارت إلى ضعف الثقة فى المدير (وفقاً لإجابات ٣٠ من العينة وبنسبة ٧٥%)
- كما توصلت الدراسة الإستطلاعية إلى مجموعة من الظواهر تشير إلى وجود قصور فى فهم السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية تتمثل فيما يلى:
- ١ . تركز البنوك المصرية على الإهتمام بمستهدفاتها أكثر من الإهتمام بما يريده العميل فمنتجات البنك تخدم البنك

أكثر من خدمة العميل ومعاملة الموظف في البنك على أنه رقم فيناءً على رقمه فقط بقبيل فأصبح شعا البنوك مصلحتى أو لاقبل العميل فالموظف يبيع مايرده بنكه أن يبيعه وليس ما يرغب به العميل .

٢. ضعف الشفافية الخاصة بالبنوك إتجاه العملاء ومن أهم المواقف التى أبرزت ضعف الشفافية هى إضافت فوائد على العملاء دون التصريح لهم لكل من إستفاد من مبادرة البنك المركزى بتأجيل أقساط القروض الممنوحة لهم فى ظل مواجهة جائحة كورونا ٢٠٢٠مما أدى إلى مشاكل كبيرة وتعسر لدى العملاء وقلة من ثقة العملاء.

٣. عدم الدقة فى إتباع التعليمات الخاصة بغسيل الأموال وتتمثل فى فتح حسابات وعمل ودائع لأشخاص دون التحقق من مصدر الدخل وعدم إرفاق أوراق رسمية لمصدر الدخل مما يقلل من سمعة البنوك أمام أصحاب المصالح.

بناءً على ماسبق فإن النتائج الأولية تم التوصل إليها من الدراسة الإستطلاعية تشير إلى وجود قصور فى فهم دور الثقة التنظيمية وأبعادها و السمعة التنظيمية وأبعادها ، وما يترتب عليه من نتائج هامة على كلاً من العاملين بالبنوك والعملاء، ولذلك فإن هناك حاجة ماسة لدراسة العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية للبنوك التجارية المصرية.

رابعاً: مشكلة البحث:

السمعة التنظيمية هى من أهم مقاييس الحكم على أداء المنظمات ، كما أنها أهم الأصول الإستراتيجية القيمة التى يمكن أن تمتلكها المنظمة وتناضل من أجل تحقيقها ، أما الثقة فهى عنصر محورى فى محيط المنظمات ، وذلك لأن الإقتناع بسياسات المنظمة وأهدافها والعمل على تحقيقها هى أهم الدوافع نحو التمييز .

وبناءً على الدراسة الإستطلاعية وما أظهرته من نتائج فإن الفجوة البحثية الحاجة إلى الإهتمام بمفهوم السمعة التنظيمية والإهتمام بمفهوم الثقة التنظيمية ، و حاجة العاملين بالبنوك وإداراتهم إلى إستخدام هذه المفاهيم عن طريق رفع وتحسين السمعة والتي هى الأساس لخلق الثقة من أجل تحسين الأداء والنهوض بمستوى البنوك حتى تستطيع البنوك جذب العملاء الجدد والمحافظة على العملاء الحاليين والمحافظة على مكانتها فى السوق المصرفية المحلية والدولية ، ونظراً لأهمية الموضوع وما يعود به بالنفع على كل أصحاب المصالح سواء كانوا عملاء أو عاملين أو المجتمع أو البيئة ، فقد توصلت الباحثة إلى الحاجة لدراسة الموضوع نظراً لأهمية العملية متمثلة فى تحسين أداء البنوك والإهتمام بالجوانب الإنسانية والإجتماعية والأهمية العلمية متمثلة فى الجمع بين المتغيرات الثلاثة فى مصر والوطن العربى ، فلا يجوز أن تستفيد دول العالم من مفهومي الثقة والسمعة التنظيمية ولا يلقيان الإهتمام الواجب فى مصر وخاصة بالنسبة للبنوك التجارية المصرية فالبنوك هى عماد الإقتصاد ، وهذا ما كان واضحاً فى الدراسات السابقة التى تناولتها الباحثة، فهناك بنوك تغلق أبوابها وتكبد الخسائر بسبب عدم الإهتمام بسمعتها أو بسبب إنعدام الثقة ، فكان يجب دراسة هذه الظاهرة والإهتمام بها.

وفى ضوء عرض بعض الدراسات السابقة التى تناولت موضوع الدراسة، والدراسة الإستطلاعية التى قامت بها الباحثة فإن مشكلة الدراسة يمكن تجسيدها بصورة رئيسية فى تدهور أحوال البنوك التجارية المصرية بسبب حاجة العاملين بالبنوك إلى إدراك مفهومي السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية وبلغة أكثر تحديداً فإن الدراسة الحالية تسعى من خلال التقصى والتحليل إلى تقديم إجابات واضحة على عدد من التساؤلات البحثية والتى يمكن حصرها فيما يأتى :

- ١- ما مستوى السمعة التنظيمية بالبنوك التجارية المصرية ؟
- ٢ - ما مستوى الثقة التنظيمية بالبنوك التجارية المصرية ؟
- ٤- هل هناك علاقة بين الثقة التنظيمية و السمعة التنظيمية بالبنوك التجارية المصرية؟

خامساً: أهداف البحث:

تسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى :

١. التعرف على مستوى السمعة التنظيمية بالبنوك التجارية المصرية.
٢. التعرف على مستوى الثقة التنظيمية بالبنوك التجارية المصرية.
٣. التحقق من قوة العلاقة بين السمعة التنظيمية و الثقة التنظيمية فى البنوك التجارية .

سادساً: فروض البحث:

بينت دراسة (Horgan et al.,2016) أن الثقة التنظيمية هى أحد مخرجات السمعة التنظيمية فوجود سمعة طيبة تنبثق منها الثقة ووجود السمعة الغير جيدة يؤدى إلى فقدان الثقة وتوصلت إلى أن ما يضر بالسمعة التنظيمية يضر بالثقة التنظيمية ويقللها مما يؤدى على صعوبة أداء العمل وعدم تحقيق المستهدفات .

عرف (شمران ومهدى ،٢٠١٧) السمعة التنظيمية بأنها حصيلة أساسية لنوع التفاعلات التى تحققها المنظمة مع العملاء والأفراد فى المجتمع وبالتالي تظهر على شكل نواتج كالثقة والإحترام والوعى إتجاه المنظمة .

ركزت دراسة (Bellini et al.,2020) على سلاسل الإنتاج الموزعة عن طريق إدارة الثقة والسمعة التنظيمية

وتوصلت إلى أن أنظمة إدارة الثقة والسمعة يرفع من كفاءة سلاسل الإنتاج وأن السمعة والثقة بينما تناغم وهما نموذج متكامل للإدارة المنظمات.

- وعليه يمكن صياغة الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمعة التنظيمية و الثقة التنظيمية من وجهة نظر العاملين بالبنوك التجارية المصرية.

سابعاً: أهمية البحث:

أولاً: الأهمية النظرية

١- تعد البنوك في الوقت الراهن من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها البلدان في تطوير إقتصادياتها، وذلك لما تؤديه من دور هام وفعال في ربط العمليات الإقتصادية والصفقات التجارية وذلك من أجل تنشيط جميع القطاعات التي تساهم في بناء إقتصاد كل دولة.

٢- كما أن الدراسة تدعم توجهات البنك المركزي بالإهتمام بتوجهات البنوك وسعيه إلى توجيهها إلى الإهتمام بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة ومنح القروض لهذه الفئة بشروط ميسرة وبفائدة أقل مما يدعم وينمي هذا القطاع والذي له دوره الفعال في رفع الإقتصاد القومي وزيادة الإنتاجية وزيادة الأستثمار .

٣- التركيز على الإهتمام بالعلاقة بين البنوك التجارية والمجتمع وبين البنوك التجارية والبيئة يحفز البنوك بزيادة مسؤولياتها أمام البيئة والمجتمع.

ثانياً: الأهمية العملية

يستمد البحث أهميته العلمية وذلك من خلال إهتمام البنوك التجارية بمفاهيم الثقة والسمعة التنظيمية وتأثر العملاء بهذه المفاهيم كما يلي:

١- أن السمعة الجيدة للبنك أمام العملاء والمجتمع ووسط منافسيه يؤدي إلى خلق مناخ للثقة بهذا الكيان.

٢- أن الثقة التنظيمية يحقق الترابط وبناء علاقات جيدة بين الزملاء والموظف ومديره وبين الموظف وإدارته وبالتالي يساعد على بناء المناخ الصحي للعمل مما يساعد على تحقيق الأهداف.

٣- كما تعرضت البنوك التجارية المصرية في الأونة الأخيرة إلى مشاكل كثيرة وذلك بسبب أزمة الثقة التي حدثت بين أطرافها والنتيجة من سمعتها حيث أهتمت البنوك بمسئولياتها على حساب رضا العملاء ونظرت للموظف كرقم وليس ككيان وصورة لها أمام أصحاب المصالح والتي أدت بدورها إلى هبوط حاد في أدائها مما أدى بدوره إلى التأثير السلبي على الإقتصاد القومي .

نبذة عن البنوك التجارية المصرية:

١- وتعتبر أهم وظائف البنوك التجارية هي : قبول ودائع الأفراد مقابل توفير القدرة على سحبها عند طلبها لإستثمار مدخراتهم في فرص إستثمارية ، منح القروض مقابل أسعار الفائدة التي يحددها البنك المركزي وفقاً لحالة السوق ، تمويل جميع أنواع المشروعات : صناعية ، زراعية ، خدمية ، تجارية ، تقديم خدمات دراسات الجدوى والإستشارات المالية .

٢- ويبلغ عدد البنوك في مصر ٣٨ بنك بالإضافة إلى بنوك بتشريعات خاصة وهي بنك الإستثمار القومي المصري وبنك ناصر الإجتماعي

٣- وتعد الأربع بنوك الأكبر في رأس المال في مصر هي البنك الأهلي المصري وبنك مصر والبنك العربي الأفريقي والبنك التجاري الدولي ويبلغ رأس مالها ٧,٤ مليار دولار (موقع بوابة إتحاد بنوك مصر) ، أما ترتيب البنوك على أساس الربحية والأداء لعام ٢٠٢٠ فهي: البنك التجاري الدولي والبنك الأهلي المصري وبنك مصر وبنك فيصل الإسلامي وبنك القاهرة وبنك العربي الأفريقي (Arabtopforex.Com)

٤- وتنقسم البنوك من حيث شكل الملكية إلى : بنوك قطاع عام وبنوك قطاع خاص ، أما بالنسبة للترتيب الوظيفي للعاملين بالقطاع المصرفي في مصر فيقسموا إلى : مصرفي، مصرفي ممتاز ، مراقب ، نائب مدير إدارة ، مدير إدارة .

ثامناً: حدود البحث:

تشمل حدود البحث كلاً من الحدود العلمية والحدود العملية وتعرضها الباحثة فيما يلي :

١- الحدود العلمية للبحث: إقتصرت الدراسة الحالية على مفهوم وأبعاد الثقة التنظيمية والتي تتمثل في (الثقة في

الإدارة العليا، الثقة في المديرين ، الثقة في الزملاء) ومفهوم وأبعاد السمعة التنظيمية وتتمثل في (التوجه بالعمل، بيئة العمل ،جودة المنتج، الرؤية والقيادة، القوة المالية ، المسؤولية البيئية والاجتماعية).

٢- الحدود العملية للبحث: إقتصرت الدراسة على العاملين بالبنوك التجارية المصرية بالمراكز الرئيسية بالتطبيق على ستة بنوك البنك الأهلي المصري ، بنك مصر ، بنك القاهرة ممثلة لبنوك القطاع العام ، البنك التجارى الدولى ، بنك قطر الوطنى ، والبنك العربى الأفريقى ممثلة لبنوك القطاع الخاص وقد إختارت الباحثة هذه البنوك نظراً لإحتلالها المراكز الأولى على مستوى البنوك المصرية خلال أعوام ٢٠٢٠ كما أنها البنوك التجارية المصرية الأكبر من حيث رأس المال .

تاسعاً: أسلوب البحث

١- **بيانات البحث:** إعتمدت الباحثة على أسلوب الدراسة المكتبية والميدانية للحصول على البيانات الثانوية اللازمة لتحقيق أهداف البحث. ويشمل البحث كل من مجتمع أهداف البحث ومتغيرات البحث والمقاييس المستخدمة في البحث على النحو التالي:

(أ) **الدراسات المكتبية:** وتتمثل أهم مصادر هذه البيانات فى المراجع العربية والأجنبية، والدراسات السابقة، والبحوث المنشورة في الدوريات والمجلات العلمية، والإحصائيات، والمواقع الإلكترونية التي تتناول دراسة السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية .

(ب) **الدراسة الميدانية:** تتناول الدراسة الميدانية جمع وتحليل البيانات الأولية لإختبار فروض البحث وتحقيق أهدافه، وذلك من خلال قائمة الإستقصاء التلى قامت الباحثة بإعدادها.

الإطار المنهجي للدراسة

- مقدمة

- يتضمن منهجية الدراسة تحديد البيانات المطلوبه للبحث وكيفية الحصول عليها،ومجتمع وعينه الدراسه وأداة جمع البيانات الأولية،والبيانات الإحصائية المستخدمة فى التحليل الإحصائى.

-البيانات المطلوبة للدراسة وكيفية الحصول عليها:

١- **البيانات الثانوية:**اعتمدت الباحثة فى الحصول عليها من المراجع العربية والأجنبية، والتي تتمثل فى الدوريات والمجلات العلمية والتقارير والرسائل العلمية والمؤلفات ذات الصلة بموضوع الدراسة ، وذلك من أجل تعميق الفكرة البحثية وإعداد الإطار النظرى وتأسيس المفاهيم.

٢- **البيانات الأولية:**تم الحصول على تلك البيانات من خلال إجراء مجموعة من المقابلات الشخصية المتعمقة مع عينة الدراسة وكذلك إعداد قائمة الإستقصاء ، صممت خصيصاً للتعرف على آراء العاملين حول متغيرات الدراسة وسوف تتضمن هذه القائمة عبارات عن السمعة التنظيمية بأبعادها الخمسة، وعبارات عن الثقة التنظيمية بأبعادها الثلاثة.

١/٣-مجتمع البحث

يتمثل مجتمع الدراسة فى جميع العاملين بالبنوك المصرية التجارية ، ويبلغ عدد مفردات مجتمع البحث للعاملين بالبنوك التجارية المصرية عدد ١٢٢٩٠٠ عاملاً فى ديسمبر ٢٠١٩ (البنك المركزى المصرى) وقد تم إختيار عدد ٦ بنوك وهى السنة بنوك الأكبر فى رأس المال والربحية بمحافظة المنيا ومحافظة الغربية وقد قامت الباحثة بعدد من المقابلات الشخصية مع الموظفين ومديرى البنوك المعنية لتحديد عدد العاملين بالمركز الرئيسى لكل بنك بعد استبعاد المديرين هو البنك الاهلى المصرى عدد ٦١٤ موظف ، وبنك مصر عدد ٤٢٠ موظف وبنك القاهرة عدد ٣٣٠ موظف وبنك قطر الوطنى عدد ١٨٠ موظف والبنك العربى الأفريقى عدد ١١٥ موظف والبنك التجارى الدولى عدد ١٤٠ موظف بإجمالى عدد موظفين ١٧٩٩ موظف.

٢/٣-عينة البحث

نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، وصعوبة تجميع البيانات من كافة المفردات ، فقد إعتمدت الباحثة على أسلوب العينات لتجميع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية، وتم تحديد حجم العينة بمعلومية حجم مجتمع الدراسة بإستخدام المعادلة التالية(عيد، ٢٠١٦).

$$n = \frac{Nz^2 p(1-p)}{e^2}$$

$$N = \frac{n}{z^2 p(1-p)}$$

حيث (N) حجم مجتمع البحث

(n) حجم العينة

(z) حدود الخطأ المعياري وهي ١,٩٦ عند درجة ثقة ٩٥%

(p) نسبة عدد المفردات بالعينة التي تتوافر فيها خصائص مجتمع البحث وهي = 50%

(e) خطأ العينة المسموح به في تقدير النسبة وهو 0,05.

$$N = (1.96)$$

ويبلغ حجم العينة الدراسة ٣١٧ مفردة.

بيان بعدد العاملين وفروع الستة بنوك بمحافظة المنيا وحجم العينة لكل بنك:

البيان	البنك الاهلى المصرى	بنك مصر	بنك القاهرة	البنك التجارى الدولى	البنك العربى الأفريقى	بنك قطر الوطنى	المجمو ع
عدد العاملين	٦١٤	٤٢٠	٣٣٠	١٤٠	١١٥	١٨٠	١٧٩٩
حجم العينة	١٠٨	٧٦	٥٧	٢٥	١٩	٣٢	٣١٧
نسبة	/٦١٤	١٧٩٩/٤٢٠	/٣٣٠	/١٤٠	/١١٥	/١٨٠	١٠٠
مشاركة البنك من إجمالى مجتمع البحث	١٧٩٩ %٣٤=	٢٤= %	١٧٩٩ %١٨=	١٧٩٩ %٨=	١٧٩٩ %٦=	١٧٩٩ %١٠=	%

هـ-نوع وإجراءات العينة:

تم سحب العينة اعتماداً على إجراءات سحب العينة العشوائية المنتظمة، بسبب توافر شروط استخدام العينة المنتظمة وهي: الشرط الأول الذى يتمثل فى وجود درجة التجانس بين مفردات المجتمع فيما يتعلق بالخصائص المطلوب دراستها، والشرط الثانى يتمثل فى عدم وجود إطار لمجتمع الدراسة.

و-وحدة المعاينة:

تتمثل وحدة المعاينة فى العامل بالبنوك التجارية المصرية.

١. السمعة التنظيمية متغير مستقل و يتم قياسه من خلال دراسة (Walsh & Betty,2007) من خلال ستة أبعاد وهي (المسئولية الاجتماعية والبيئية، الإبداع ، جودة المنتج، بيئة العمل ، القيادة والرؤية ، الجانب المالي).
٢. الثقة التنظيمية متغير تابع و يتم قياسه من خلال دراسة (Gucer& Demirdag,2014) من خلال ثلاثة أبعاد (الثقة بالإدارة العليا، الثقة بالمديرين، الثقة بزملاء العمل).

أساليب تحليل البيانات واختبار الفروض

١. معامل الارتباط ألفا لقياس درجة الاعتمادية والثبات.
٢. تحليل الانحدار المتعدد لقياس العلاقة بين الثقة التنظيمية والسمعة التنظيمية .
٣. اختبارات f,t لإختبار درجة وقوة العلاقة بين الثقة التنظيمية والسمعة التنظيمية.

خامساً: تقييم الاعتمادية والصلاحية للمقاييس المستخدمة في الدراسة:

سوف تقوم الباحثة بتناول نتائج اختبار الاعتمادية والصلاحية للمقاييس المستخدمة في الدراسة وقد اعتمدت الباحثة على اختبار ألفا كرونباخ Cornbach Alpha والتحليل العاملي التوكيدي وذلك لتحديد المكونات الأساسية لمقاييس متغيرات الدراسة، وتمثلت الخطوة الأولى في عملية تحليل البيانات الأولية لهذه الدراسة في محاولة تقييم الاعتمادية للمقاييس التي تم الاعتماد عليها، وذلك بغرض تقليل أخطاء القياس العشوائية من ناحية، وزيادة درجة الثبات في المقاييس المستخدمة في الدراسة من ناحية أخرى.

١- تقييم الاعتمادية (الثبات) للمقاييس المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا Alpha Correlation Coefficient, باعتباره أكثر أساليب تحليل الاعتمادية Reliability دلالة في تقييم درجة التناسق الداخلي في بين محتويات أو بنود المقياس للبنية الأساسية المطلوب قياسها، وحرصاً من الباحثة على أن تتسم اداة جمع البيانات (قائمة الاستقصاء) بالمصدقية والثبات وأن يتأكد من ذلك استناداً إلى عدة خطوات تمثلت فيما يلي: -

الخطوة الأولى: تم الحرص على التوصل للمتغيرات الرئيسية والمتغيرات الفرعية لكل متغير بشكل مبدي من خلال الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية.

الخطوة الثانية: تم تنقيح المتغيرات الرئيسية والمتغيرات الفرعية لكل متغير من خلال:

- مناقشة كل متغير مع الأساتذة المختصين ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة، وقد روعيت الملاحظات والآراء وعرض نتائج ذلك على المشرف لمناقشتها وإقرار ما يناسب منها.

- تم مناقشة المتغيرات الرئيسية والمتغيرات الفرعية لكل متغير و عبارات قائمة الاستقصاء مع بعض المهنيين والمختصين في مجال البنوك للتأكد من مدى فهم محتوى العبارة ومدى التوافق بين محتوى العبارة وبين البعد الذي يتم قياسه من خلال كل عبارة (صدق المحتوى).

الخطوة الثالثة: تم مناقشة نتائج الخطوة الثانية بشقيها مع بعض المختصين ذوي العلاقة بموضوع الدراسة، ومع المشرف سعياً لتحقيق درجة مصداقية أعلى لأداة جمع البيانات (قائمة الاستقصاء).

وفي ضوء ذلك تم استخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا Alpha Correlation Coefficient على كل من (مقياس السمعة التنظيمية، ومقياس الثقة التنظيمية)، وذلك بصورة إجمالية للمقياس الواحد ككل، ولكل مجموعة بنود (متغيرات) من المجموعات التي يتكون منها كل مقياس على حده والجدول رقم (٢/٢) يوضح درجة الاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة، كما سيأتي:

جدول رقم (٢/٢)

معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة

أبعاد البحث	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
محور السمعة التنظيمية	٢٩	٠,٧٤٦
البعد الاول	٥	٠,٧٦٧
البعد الثاني	٣	٠,٨٣٦
البعد الثالث	٥	٠,٨٧١
البعد الرابع	٦	٠,٨٧٨

٠,٨٧٣	٥	جودة المنتج	البعد الخامس
٠,٧٦٧	٥	المسئولية الاجتماعية والبيئية	البعد السادس
٠,٨٢٥	٢٢	محور الثقة التنظيمية	
٠,٩٤٤	١٠	الثقة بالمديرين	البعد الاول
٠,٨٣٤	٥	الثقة بزملاء العمل	البعد الثاني
٠,٩٣١	٧	الثقة بالإدارة العليا	البعد الثالث

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي SPSS .
من الجدول السابق رقم (٢/٢) يتضح أن درجة الثبات الإجمالية لقائمة الاستقصاء (٠,٧٢١) وهذا يعتبر مؤشراً مقبولاً ويعطى دلالة إحصائية الاعتماد عليها بصورة إجمالية في الحصول على البيانات المطلوبة، كما أن قيمة ألفا كرونباخ قد تراوحت ما بين ٠,٧٢١ و ٠,٩٤٤ كما أظهرت نتائج تحليل الاعتمادية أن درجة الثبات لكل من (السمعة التنظيمية، الثقة التنظيمية) كانت ٠,٧٤٦ , ٠,٨٢٥ ، على التوالي، وتعتبر هذه القيم مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الاعتمادية والثقة بمتغيرات الدراسة وتؤكد صلاحيتها.

٢- تقييم الصلاحية (الصدق) للمقاييس المستخدمة في الدراسة:

يعبر مفهوم الصلاحية عن مدى قدرة المقياس على قياس ما يفترض قياسه بدقة، ويعد التحليل العاملي من أكثر الأساليب الإحصائية التي أثبتت فعاليتها في اختبار صلاحية المقياس المستخدم، الذي يساعد على التوصل إلى مجموعة من العوامل الأساسية التي يضم كل منها عدداً من المتغيرات التي يتضمنها المقياس المستخدم وذات معاملات الارتباط العالية بالعوامل المستخرجة من أسلوب التحليل العاملي مع استبعاد المتغيرات ذات معاملات الارتباط الضعيفة، كما تجدر الإشارة إلى أن المقاييس التي تم استخدامها في الدراسة الحالية، قد تم الحصول عليها من خلال دراسات سابقة مع إجراء بعض التعديلات الطفيفة عليها بناءً على المراجع والأدلة النظرية.

٢/١- نتائج التحليل العاملي لمقياس السمعة التنظيمية

قامت الباحثة بتطبيق أسلوب تحليل العوامل على المتغيرات الخاصة بالسمعة التنظيمية المستخرجة من أسلوب تحليل الثبات وهي ٢٩ متغيراً، وقد تقرر استبعاد أي متغير من هذه المتغيرات يحصل على أقل من (٠,٤٠) كعامل تحميل على أي عامل من العوامل المستخرجة أو يحمل على أكثر من عامل في نفس الوقت.

وقبل التعرض لنتائج التحليل العاملي قامت الباحثة بالتأكد من مدي كفاية العينة من جهة، وإمكانية استخدام التحليل العاملي من جهة أخرى حيث قامت الباحثة بتطبيق اختبار (KMO) - Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy لتحديد مدى كفاية العينة حيث يقارن مقادير Magnitudes معاملات الارتباط المشاهدة The Observed Correlation Coefficients بمقادير معاملات الارتباط الجزئي The Partial Correlation Coefficients ، ويعتبر القيمة الصغيرة للمقياس KMO مؤشراً على ان استخدام التحليل العاملي ربما لم يكن فكرة جيدة، وقد أظهرت نتائج اختبار Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy أن قيمته تساوي ٠,٨٧٠ لمقياس أبعاد السمعة التنظيمية ، وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠,٥٠) وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد.

كما أظهرت نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity أن قيمته تساوي ٨٣٠٧,٥٢٧ وهي قيمة كبيرة ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات الخاضعة للاختبار والمتعلقة بأبعاد السمعة التنظيمية، تكفي لاستخدام التحليل العاملي، ويوضح ذلك الجدول رقم (٣/٢).

جدور رقم (٣/٢)

اختبار KMO and Bartlett's لمقياس السمعة التنظيمية

مقياس السمعة التنظيمية	
٠,٨٧٠	اختبار KMO Test

٨٣٠٧,٥٢٧	قيمة مربع كا ^٢ (Chi-Square)	اختبار Bartlett's
٠,٠٠٠	المعنوية	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

ويوضح الجدول رقم (٤/٢) نتائج التحليل العاملي لمقياس السمعة التنظيمية المكون من ٢٩ عبارة كما يأتي:

جدول رقم (٤/٢)

نتائج التحليل العاملي لمقياس السمعة التنظيمية

م	العبارات	العوامل					
		١	٢	٣	٤	٥	٦
١	يهتم موظفو البنك باحتياجات العميل.						.644
٢	يتعامل موظفو البنك مع العملاء بلباقة.						.627
٣	يتعامل البنك مع العملاء بعدالة.						.891
٤	يتعامل البنك مع حقوق العملاء بجدية.						.708
٥	يهتم البنك بجميع العملاء بصرف النظر عن ما ينفقه العميل.						.66
٦	لدى البنك قيادة جيدة.					.578	
٧	يتعرف البنك على الفرص السوقية ويقوم باستغلالها					.580	
٨	لدى البنك رؤية واضحة للمستقبل.					.559	
٩	تبدو بيئة العمل بالبنك جيدة .		.659				
١٠	تركز الإدارة على إحتياجات العملاء.		.784				
١١	يمتلك البنك موظفين جديدين.		.569				
١٢	يحافظ البنك على مستويات عالية في التعامل مع العملاء.		.606				
١٣	يدار البنك بشكل جيد.		.592				
١٤	يميل البنك للتفوق على منافسيه.			.51			
١٥	لدى البنك آفاق قوية للنمو المستقبلي.			.619			
١٦	لدى البنك إستثمار جيد.			.623			
١٧	لدى البنك قرارات مالية سليمة.			.621			
١٨	لدى البنك سجل قوى من الربحية.			.659			
١٩	يعمل البنك مالياً بشكل جيد.			.695			
٢٠	يقدم البنك منتجات وخدمات عالية الجودة.		.590				
٢١	البنك منظمة قوية وموثوق فيها.		.657				
٢٢	يقف البنك وراء المنتجات التي يقدمها.		.655				
٢٣	يطور البنك المنتجات المبتكرة.		.689				
٢٤	يقدم البنك خدمات تعادل ما يتم دفعه من مصاريف.		.540				
٢٥	يعي البنك بمسئوليته نحو المجتمع.		.592				
٢٦	يبدل البنك مجهود لخلق فرص عمل جديدة.		.463				
٢٧	يمكن للبنك إتخاذ قرار بتخفيض الأرباح مقابل توفير بيئة عمل نظيفة.		.559				
٢٨	يقوم البنك بمسئوليته البيئية.		.458				
٢٩	يدعم البنك القضايا الجيدة.		.588				
	نسبة التباين الذي تم تفسيره لكل عامل مستخرج	19.15	14.12	13.17	10.56	8.77	5.92
	النسبة المجمعة للتباين الذي تم تفسيره للعوامل المستخرجة	19.15	33.27	46.44	57.00	65.78	71.69

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من نتائج جدول رقم (٤/٢) ما يأتي:

تتمثل العوامل الرئيسية المستخرجة من المتغيرات الأصلية الخاصة بالسمعة التنظيمية في ستة عوامل تضم (٢٩) متغيراً، وقد تم تحديد المتغيرات لتشكل العوامل الستة علي أساس أن معاملات التحميل والتي تقرر أن تكون (٠,٤٠) أو أكثر لأي متغير، وفي ضوء ذلك تم استخلاص خمسة عوامل من هذه العبارات وهي:

العامل الأول: القوة المالية:

والذي يضم العبارات (١٤:١٩)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (١٩,١٥) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثاني: بيئة العمل:

والذي يضم العبارات (٩:١٣)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (١٤,١٢) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثالث: المسؤولية الاجتماعية والبيئية:

والذي يضم العبارات (٢٩:٢٥)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (١٣,١٧) من التباين الكلي للعبارات.
العامل الرابع: جودة المنتج:
والذي يضم العبارات (٢٤:٢٠)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (١٠,٥٦) من التباين الكلي للعبارات.
العامل الخامس: الرؤية والقيادة:
والذي يضم العبارات (٨:٦)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (٨,٧٧) من التباين الكلي للعبارات.
العامل السادس: التوجه بالعميل:
والذي يضم العبارات (٥:١)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (٥,٩٢) من التباين الكلي للعبارات.

وبناء على ما تم التوصل إليه، أسهمت العوامل المستخرجة في تفسير نحو ٧١,٦٩% من التباين الكلي في المتغيرات الأصلية التي خضعت للتحليل وبالتالي فإن هذه النتيجة تشير إلى نجاح التحليل العاملي في استخراج العوامل الرئيسية في البيانات الخاضعة للتحليل، وكذلك التحقق من مدي مصداقية المقياس الخاضع للاختبار على النحو الذي يساعد علي تقليل احتمالات أخطاء القياس. وأن المقياس الخاضع للدراسة يتمتع بدرجة عالية من الصلاحية لمحتوياته في قياس السمعة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة.

٢/٢ - نتائج التحليل العاملي لمقياس الثقة التنظيمية
قامت الباحثة بتطبيق أسلوب تحليل العوامل على المتغيرات الخاصة بالثقة التنظيمية المستخرجة من أسلوب تحليل الثبات وهي ٢٢ متغيراً، وقد تقرر استبعاد أي متغير من هذه المتغيرات يحصل على أقل من (٠,٥٠) كعامل تحميل على أي عامل من العوامل المستخرجة أو يحمل على أكثر من عامل في نفس الوقت.
وقبل التعرض لنتائج التحليل العاملي قامت الباحثة بالتأكد من مدي كفاية العينة من جهة، وإمكانية استخدام التحليل العاملي من جهة أخرى حيث قامت الباحثة بتطبيق اختبار Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy لتحديد مدى كفاية العينة حيث يقارن مقادير Magnitudes معاملات الارتباط المشاهدة The Observed Correlation Coefficients بمقادير معاملات الارتباط الجزئي The Partial Correlation Coefficients ، ويعتبر القيمة الصغيرة للمقياس KMO مؤشراً على ان استخدام التحليل العاملي ربما لم يكن فكرة جيدة، وقد أظهرت نتائج اختبار Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy أن قيمته تساوي ٠,٨٧٨، لمقياس أبعاد الثقة التنظيمية، وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠,٥٠) وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد.

كما أظهرت نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity أن قيمته تساوي ٧٢٠٣,٥١٣ وهي قيمة كبيرة ومستوى معنوية (٠,٠٠٠) أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات الخاضعة للاختبار والمتعلقة بأبعاد الثقة التنظيمية تكفي لاستخدام التحليل العاملي، ويوضح ذلك الجدول رقم (٥/٢).

جدور رقم (٥/٢)

اختبار KMO and Bartlett's لمقياس الثقة التنظيمية

مقياس الثقة التنظيمية	
٠,٨٧٨	اختبار KMO Test
٧٢٠٣,٥١٣	قيمة مربع كاي (Chi-Square)
٠,٠٠٠	المعنوية
	اختبار Bartlett's

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

ويوضح الجدول رقم (٦/٢) نتائج التحليل العاملي لمقياس الثقة التنظيمية المكون من ٢٢ عبارة كما يأتي:

جدول رقم (٦/٢)

نتائج التحليل العاملي لمقياس الثقة التنظيمية

م	العبارات	العوامل
		١
		٢
		٣

١	أثق في مديري أنه يمتلك المعرفة والمهارات اللازمة للعمل.	850		
٢	أثق في مديري أنه يتخذ قرارات سليمة للعمل .	775		
٣	أثق في مديري أنه يقوم بأداء واجباته الخاصة بالكامل.	727		
٤	يلتزم مديري بوعده.	820		
٥	يتلائم ما يقوله مديري مع ما يفعله.	861		
٦	عندما أحتاج مساعدة مديري يكون مساعد وداعم لي .	785		
٧	أثق في مديري في أي موضوع يخبرنا به.	818		
٨	أستطيع التحدث بسهولة مع مديري في المواضيع التي تخص عملي.	852		
٩	أثق بمديري أنه يستطيع القيام بالأعمال بسهولة ومرونة.	747		
١٠	يقوم مديري بأخذ آرائنا عندما يقوم باتخاذ القرارات وتطبيق الإجراءات الخاصة بالوظيفة.	709		
١١	حينما أ طرح مشكلة خاصة بالعمل أثق أن زملائي سيساعدونني للتعامل معها.	777		
١٢	أثق بزملائي بأنهم يفعلون أفضل ما لديهم في العمل .	815		
١٣	زملائي يقومون بأداء واجباتهم حتى في حالة عدم قدوم المدير إلى مكان العمل.	637		
١٤	أثق بزملائي الذين لا يجدون صعوبة عند تنفيذ مهمة تحتاج الكثير من التركيز.	60		
١٥	أثق بأن زملائي متخصصون في مجال عملهم.	724		
١٦	البنك الذي أعمل به يتعامل مع موظفيه بعدالة وإنصاف .	825		
١٧	البنك الذي أعمل به دائماً يفي بوعده.	802		
١٨	البنك الذي أعمل به دائماً يدعمني عندما أحتاج إليه.	764		
١٩	أثق بالبنك الذي أعمل به بأنه صادق مع موظفيه.	832		
٢٠	يقوم البنك الذي أعمل به بمكافأتي ودعمي طالما أؤدي عملي بشكل جيد بما فيه الكفاية.	670		
٢١	البنك الذي أعمل به يهتم بمشاكلي .	76		
٢٢	أثق بسياسات البنك الخاصة بالموظفين .	868		
	نسبة التباين الذي تم تفسيره لكل عامل مستخرج	60.35	5.74	4.93
	النسبة المجمعة للتباين الذي تم تفسيره للعوامل المستخرجة	60.35	66.08	71.01

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من نتائج جدول رقم (٦/٢) ما يأتي:

تتمثل العوامل الرئيسية المستخرجة من المتغيرات الأصلية الخاصة بالثقة التنظيمية في ٣ عوامل تضم (٢٢) متغيراً، وقد تم تحديد المتغيرات لتشكيل العوامل ٣ علي أساس أن معاملات التحميل والتي تقرر أن تكون (٠,٥٠) أو أكثر لأي متغير، وفي ضوء ذلك تم استخلاص خمسة عوامل من هذه العبارات وهي:

العامل الأول: الثقة بالمديرين:

والذي يضم العبارات (١٠:١)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (٦٠,٣٥) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثاني: الثقة بزملاء العمل:

والذي يضم العبارات (١٥:١١)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (٥,٧٤) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثالث: الثقة بالإدارة العليا:

والذي يضم العبارات (٢٢:١٦)، وقد بلغت نسبة التباين التي يفسرها هذا العامل (٤,٩٣) من التباين الكلي للعبارات.

وبناء على ما تم التوصل إليه، أسهمت العوامل المستخرجة في تفسير نحو ٧١,٠١% من التباين الكلي في المتغيرات الأصلية التي خضعت للتحليل وبالتالي فإن هذه النتيجة تشير إلي نجاح التحليل العاملي في استخراج العوامل الرئيسية في البيانات الخاضعة للتحليل، وكذلك التحقق من مدي مصداقية المقياس الخاضع للاختبار على النحو الذي يساعد علي تقليل احتمالات أخطاء القياس وأن المقياس الخاضع للدراسة يتمتع بدرجة عالية من الصلاحية لمحتوياته في

قياس الثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة.

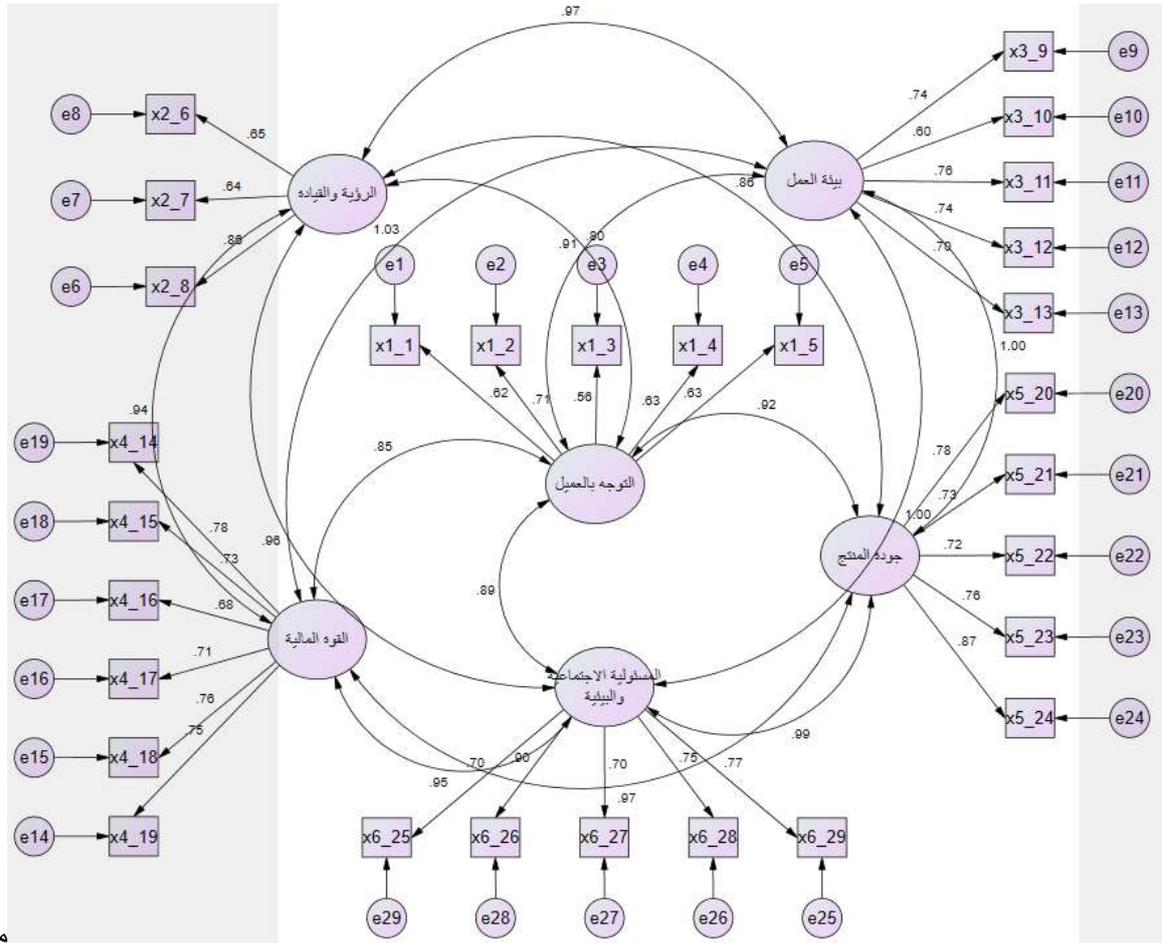
٣/٤- التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات الدراسة:

حيث تم تطبيق أسلوب التحليل العاملي التوكيدي باستخدام AMOS, Version 23 (AMOS) حتى يتم التحقق من الصدق البنائي للمقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية، وفي ضوء ذلك فقد تم استخراج التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات البحث الثلاثة المتمثلة في السمعة التنظيمية، الثقة التنظيمية، والأداء التنظيمي، ويمكن عرض ذلك وتوضيحه فيما يأتي:

١-٣/٤ التحليل العاملي التوكيدي لمتغير السمعة التنظيمية

يتكون متغير السمعة التنظيمية من 29 عبارة، وتم قياسه من خلال 6 أبعاد رئيسية هي التوجه بالعميل وتم قياسه 5 فقرات، و الرؤية والقيادة وتم قياسه 5 فقرات، و القوة المالية وتم قياسها 6 فقرات، و جودة المنتج وتم قياسه خمس فقرات، المسؤولية الاجتماعية والبيئية وتم قياسه 5 فقرات. وسوف يوضح الشكل الآتي التحليل العاملي التوكيدي لمتغير السمعة التنظيمية.

شكل رقم (٢/٢)
التحليل العاملي التوكيدي لمتغير السمعة التنظيمية



صدر الشكل: مخرجات برنامج AMOS, Version 23

ويُتضح من خلال الشكل السابق رقم (٦/٢) أن غالبية تقديرات المعلمة المعيارية لمتغير السمعة التنظيمية قد تجاوزت النسبة المحددة، وهذه النسبة المحددة على الأسهم هي التي تربط الأبعاد 6 للسمعة التنظيمية بقرائنها، ولقد كانت معظم النسب معنوية عند مستوى ٠,٤, وقد تراوحت معاملات تحميل بنود المقاييس بين (٠,٥٦ إلى ٠,٧١)، (٠,٦٤ إلى ٠,٨٦)، (٠,٦٠ إلى ٠,٧٦)، (٠,٦٨ إلى ٠,٧٨)، (٠,٧٢ إلى ٠,٨٧)، (٠,٧٢ إلى ٠,٧٧)، على التوالي. وهذا يشير إلى جدوى هذه المعلمات وصدقها، وهذا يدل على أن البيانات المتعلقة بمتغير السمعة التنظيمية صالحة لإجراء التحليل الإحصائي، ويمكن توضيح مؤشرات مطابقة النموذج الهيكلي لمقياس السمعة التنظيمية من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (٦/٢)
مؤشرات جودة المطابقة للنموذج الهيكلي لمقياس السمعة التنظيمية

مؤشر اختبار جودة النموذج	القيمة
X2/ Degree of freedom > 5	٤,٩٥٥
P. Value > 0.05	٠,٠٠٠
Goodness Of Fit Index (GFI) > 0.95	٠,٨٦٧
Comparative Fit Index (CFI) > 0.90	٠,٨٩٢
Root Mean Square Residual (RMR) < 0.05	٠,٠٥٣
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) < 0.09	٠,٠٤٨
Relative Fit Index (RFI) > 0.09	٠,٨٢٤
Normed Fit Index (NFI) > 0.95	٠,٨٦٥
Incremental Fit Index (IFI) > 0.95	٠,٨٩٤
Tuker-Lewis Index (TLI) > 0.90	٠,٨٥٥

المصدر: مخرجات برنامج AMOS, Version 23

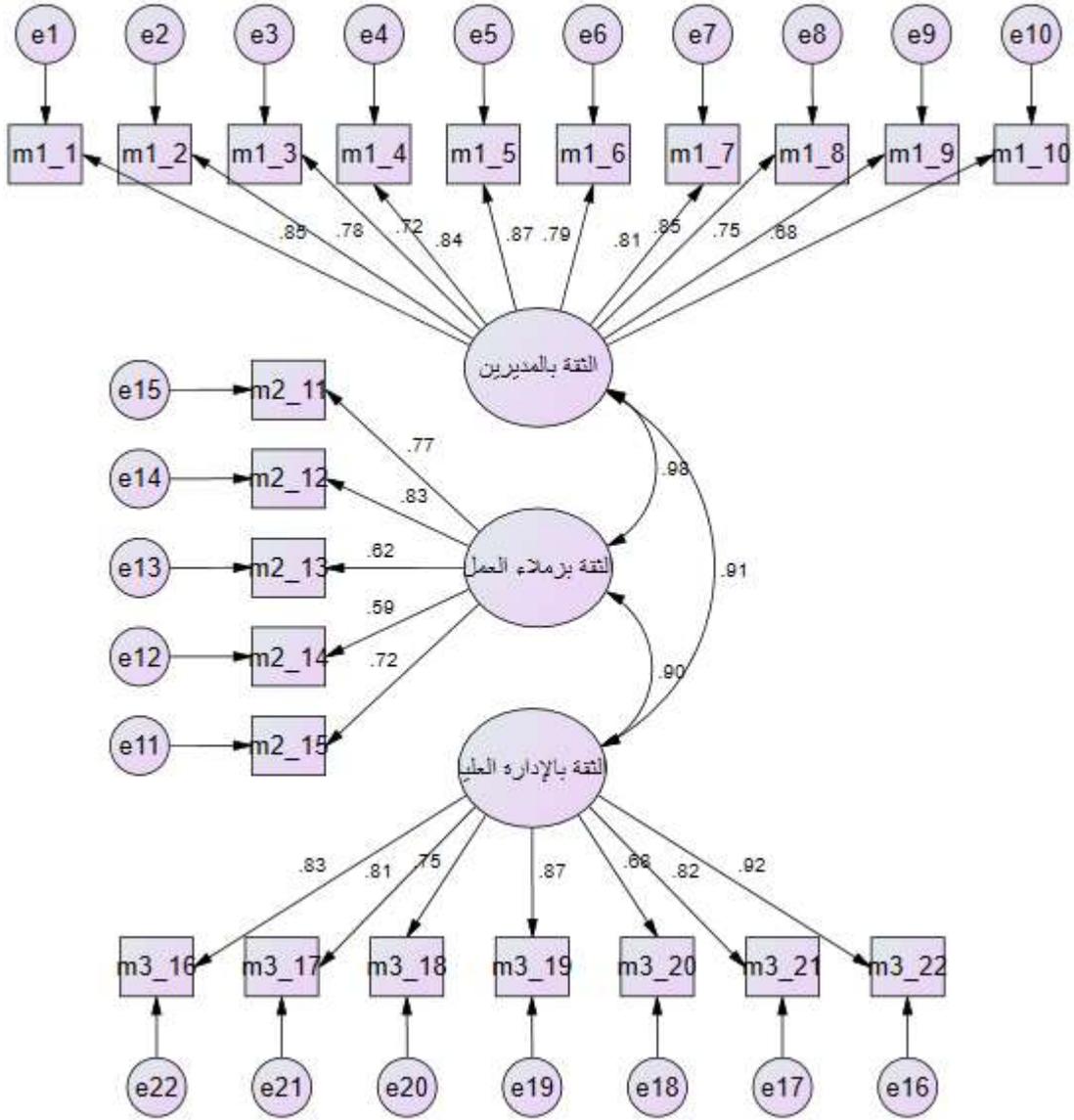
يتضح من الجدول السابق أن معظم مؤشرات جودة المطابقة للنموذج مستوفاه للقبول المخصص لها، أي أن النموذج الهيكلي لمقياس السمعة التنظيمية صالح من حيث المطابقة، وبالتالي يتم التأكيد على أن متغير السمعة التنظيمية يتم قياسه من خلال ٢٩ فقرة موزعة على ٦ أبعاد رئيسية.

١-٣/٤- التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الثقة التنظيمية

يشتمل متغير الثقة التنظيمية على أربعة عشر عبارة، ولقد تم قياسه من خلال ٣ ابعاد رئيسية هما الثقة بالمديرين وتم قياسه ١٠ فقرات، و الثقة بزلاء العملاء بقياسه أيضاً ٥ فقرات، و الثقة بالإدارة العليا وتم قياسه أيضاً ٧ فقرات، سوف يتم توضيحها في الشكل رقم (٧/٢)، حيث تبين أن غالبية تقديرات المعلمة المعيارية لمتغير الثقة التنظيمية قد تجاوزت النسبة المحددة، وهذه النسبة المحددة على الأسهم هي التي تربط البعدين الأثنين للتعلم التنظيمي بقرائنها، ولقد كانت معظم النسب معنوية عند مستوى ٠,٤, وقد تراوحت معاملات تحميل بنود المقاييس بين (٠,٦٨ إلى ٠,٨٧)، (٠,٥٩ إلى ٠,٨٣)، (٠,٦٨ إلى ٠,٩٢)، على التوالي وهذا يشير إلى جدوى هذه المعلمات وصدقها، وهذا يدل على أن البيانات المتعلقة بمتغير الثقة التنظيمية صالحة لإجراء التحليل الإحصائي، كما يمكن توضيح مؤشرات مطابقة النموذج الهيكلي لمقياس الثقة التنظيمية من خلال الشكل رقم (٧/٢).

شكل رقم (٧/٢)

التحليل العائلي التوكيدي لمتغير الثقة التنظيمية



AMOS, Version 23 مخرجات برنامج

جدول رقم (٧/٢)

مؤشرات جودة المطابقة للنموذج الهيكلي لمقياس الثقة التنظيمية

مؤشر اختبار جودة النموذج	القيمة
X2/ Degree of freedom > 5	٣,٤٩٢
P. Value > 0.05	٠,٠٠٠
Goodness Of Fit Index (GFI) > 0.95	٠,٨٧٨
Comparative Fit Index (CFI) > 0.90	٠,٨٥٦
Root Mean Square Residual (RMR) < 0.05	٠,٠٥٣

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) < 0.09	٠,٠٦٤
Relative Fit Index (RFI) > 0.09	٠,٩٠٣
Normed Fit Index (NFI) > 0.95	٠,٩٣٦
Incremental Fit Index (IFI) > 0.95	٠,٨٥٧
Tuker-Lewis Index (TLI) > 0.90	٠,٩٢٦

المصدر: مخرجات برنامج AMOS, Version 23

وتبين من الجدول السابق رقم (٧/٢) أن معظم مؤشرات جودة المطابقة للنموذج مستوفاه للقبول المخصص لها، أي أن النموذج الهيكلي لمقياس الثقة التنظيمية صالح من حيث المطابقة، وبالتالي يتم التأكيد على أن متغير الثقة التنظيمية يتم قياسه من خلال ٢٢ فقرة موزعة على ٣ ابعاد.

٣- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:-

تعكس الخصائص الوصفية لمتغيرات البحث المعلمات الإحصائية الرئيسية، والتي توضح خصائص المتغيرات وتتضمن الخصائص الأساسية كالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالإضافة إلى الجداول التكرارية، وتبعية متغيرات البحث للتوزيع الطبيعي، وذلك بالتطبيق على آراء المستقضى منهم. ويوضح الجزء التالي الإحصاءات الوصفية، وذلك على النحو التالي:

١- توزيع مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية: قامت الباحثة بوصف البيانات التي تم الحصول عليها من قائمة الاستقصاء، وذلك من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموجرافية موضع الاهتمام بقائمة الاستقصاء (النوع، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، البنك). ويوضح الجدول رقم (٥/٤) توزيع مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمستقضى منهم في الدراسة الحالية كما يلي:

١. من حيث النوع: بلغ عدد المستقضى منهم الذكور (١٩٥) مفردة بنسبة بلغت (٦١,٥%)، في حين أن عدد الإناث (١٢٢)

مفردة بنسبة بلغت (٣٨,٥%) من إجمالي عدد المستقضى منهم.

٢. من حيث المؤهل العلمي: بلغ عدد المستقضى منهم الحاصلين على درجة بكالوريوس (٢٣٧) مفردة بنسبة بلغت

(٧٤,٨%)، في حين أن عدد الحاصلين على درجة ماجستير (٧٠) مفردة بنسبة بلغت (٢٢,١%)، وأخيراً بلغ عدد الحاصلين على

درجة الدكتوراه (١٠) مفردة بنسبة بلغت (٣,٢%) من إجمالي عدد المستقضى منهم.

٣. من حيث سنوات الخبرة: بلغ عدد المستقضى منهم الذين تقل سنوات خبراتهم عن خمس سنوات (١٩٧) مفردة بنسبة

بلغت (٦٢,١%)، وبلغ عدد المستقضى منهم الذين تتراوح سنوات خبراتهم من (٥- ١٠) سنوات (٨٥) مفردة بنسبة بلغت

(٢٦,٨%)، وبلغ عدد المستقضى منهم الذين أكثر من ١٠ سنوات (٣٥) مفردة بنسبة بلغت (١١,٠%) من إجمالي عدد

المستقضى منهم.

٤. من حيث البنك: بلغ عدد المستقضى منهم في البنك الأهلي المصري (108) مفردة بنسبة بلغت (٣٤,١%)، كما

في بنك مصر (76) مفردة بنسبة بلغت (٢٤,٠%)، في بنك القاهرة (57) مفردة بنسبة بلغت (١٨,٠%)، في البنك العربي

الأفريقي (25) مفردة بنسبة بلغت (٧,٩%)، في البنك التجاري الدولي (19) مفردة بنسبة بلغت (٦,٠%)، في بنك قطر

الوطني (32) مفردة بنسبة بلغت (١٠,١%)، من إجمالي عدد المستقضى منهم.

جدول (٥/٤) توزيع مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمستقضى منهم محل الدراسة

المتغير	الفئة	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكر	195	61.5
	انثى	122	38.5
المؤهل العلمي	بكالوريوس	237	74.8
	ماجستير	70	22.1
	دكتوراه	10	3.2
سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	197	62.1
	من ٥ - ١٠ سنوات	85	26.8
	أكثر من ١٠ سنة	35	11.0
نوع ملكية البنك	البنك الأهلي المصري	108	34.1
	بنك مصر	76	24.0
	بنك القاهرة	57	18.0
	البنك العربي الأفريقي	25	7.9
	البنك التجاري الدولي	19	6.0
	بنك قطر الوطني	32	10.1
الإجمالي		٣١٧	١٠٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

ب- المعلمات الإحصائية الرئيسية لمتغيرات البحث
تقوم الباحثة في الجزء التالي بعرض التحليل الوصفي لجميع متغيرات الدراسة عدا المتغيرات الديموجرافية. تعكس الخصائص الوصفية لمتغيرات البحث المعلمات الإحصائية الرئيسية، والتي توضح خصائص المتغيرات، وتتضمن الخصائص الأساسية كالتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك بالتطبيق على آراء المستقضي منهم، يعرض جدول رقم (٦) التحليل الوصفي لأبعاد الدراسة لدالعاملين بالبنوك التجارية.

جدول (٦)

التحليل الوصفي لمقاييس الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد البحث	
0.754	3.695	محور السمعة التنظيمية	
0.696	3.849	التوجه بالعمل	البعد الاول
0.858	3.691	الرؤية والقيادة	البعد الثاني
0.798	3.622	بيئة العمل	البعد الثالث
0.835	3.644	القوة المالية	البعد الرابع
0.930	3.675	جودة المنتج	البعد الخامس
0.873	3.691	المسؤولية الاجتماعية والبيئية	البعد السادس
0.850	3.618	محور الثقة التنظيمية	
0.903	3.622	الثقة بالمديرين	البعد الاول

0.850	3.697	الثقة بزلاء العمل	البعد الثاني
0.943	3.536	الثقة بالإدارة العليا	البعد الثالث

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

وينضمنا الجدول يتضح أن المتوسط العام للقيادة الناعمة ورأس المال النفسي الإيجابي والالتزام التنظيمي في البنوك القطاع العام التجارية يعتبر مرتفعاً، حيث بلغت قيمة إجمالي المتوسط الحسابي السمعة التنظيمية (3,697) بانحراف معياري (0,754)، والثقة التنظيمية (3,618) بانحراف معياري (0,850).

العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة.

لدراسة طبيعة العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية وبين أبعاد الثقة التنظيمية لدى العاملين بالبنوك التجارية محل الدراسة، والذي حاول الإجابة على التساؤل الرابع في الدراسة والذي ينص على " ما مدى مساهمة أبعاد السمعة التنظيمية في دعم أبعاد الثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة؟" والذي استند في التحليل إلى الفرض الرابع والذي يشير إلى أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي توافر أبعاد السمعة التنظيمية (التوجه بالعميل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية) والثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة"، وقد استعانت الباحثة ببعض الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية والاختبارات المصاحبة والتي تمثلت في الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، تحليل الانحدار المتعدد، والارتباط المتعدد، اختبارات، اختبار ف، وفي ضوء الاعتماد على أسلوب الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) والاختبارات المصاحبة المذكورة لدراسة طبيعة العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة، وذلك بهدف التوصل لأكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً في المتغير التابع.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية، وذلك بغرض التعرف على قوة واتجاه ومعنوية العلاقة بين المتغيرات، حيث تدل الإشارة الموجبة على أن العلاقة طردية، وتدل الإشارة السالبة على العلاقة العكسية، وكلما اقتربت قيمة معامل الارتباط من الواحد الصحيح كلما دل ذلك على قوة الارتباط بين المتغيرين، وبالتالي يمكن توضيح معامل الارتباط بين أبعاد السمعة التنظيمية (التوجه بالعميل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية)، وبين الثقة التنظيمية، من خلال الجدول الآتي رقم (7/6).

جدول رقم (7/6)

معاملات الارتباط بين أبعاد السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية

المتغيرات	الثقة التنظيمية	الثقة بالمديرين	الثقة بزلاء العمل	الثقة بالإدارة العليا
السمعة التنظيمية	.913**	.896**	.851**	.843**
التوجه بالعميل	.726**	.716**	.656**	.685**
الرؤية والقيادة	.793**	.763**	.763**	.723**
بيئة العمل	.869**	.871**	.787**	.807**
القوة المالية	.867**	.823**	.834**	.804**
جودة المنتج	.825**	.818**	.771**	.750**
المسؤولية الاجتماعية والبيئية	.872**	.868**	.799**	.805**

** تشير إلى دلالة إحصائية عند 0,01 طبقاً لاختبار T-Test

* تشير إلى دلالة إحصائية عند 0,05 طبقاً لاختبار T-Test

أ- يتضح من خلال الجدول السابق رقم (٧/٦) لمصفوفة الارتباط بين أبعاد السمعة التنظيمية و بين الثقة التنظيمية وجود علاقة ارتباط طردية معنوية، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين ما بين (٠,٧٢٦) و (٠,٨٦٩) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١،

وجود علاقة ارتباط طردية معنوية أبعاد السمعة التنظيمية و بين الثقة بالمديرين، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين ما بين (٠,٧١٦) و (٠,٨٧١) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١،

وجود علاقة ارتباط طردية معنوية أبعاد السمعة التنظيمية و بين الثقة بزملاء العمل، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين ما بين (٠,٦٥٦) و (٠,٨٣٤) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١،

وجود علاقة ارتباط طردية معنوية أبعاد السمعة التنظيمية و بين الثقة بالإدارة العليا، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين ما بين (٠,٦٨٥) و (٠,٨٠٧) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١،

وفي ضوء ما سبق، تبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد السمعة التنظيمية (التوجه بالعمل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية)، و بين الثقة التنظيمية، باستثناء الرؤية والقيادة له ارتباط سلبي، إلا أن تأثير أبعاد السمعة التنظيمية على الثقة التنظيمية سوف يتضح من خلال إخضاعه لأسلوب تحليل الانحدار المتعدد وذلك كما يأتي:

حيث تم تطبيق أسلوب تحليل الانحدار المتعدد وذلك بغرض التحقق من أثر أبعاد السمعة التنظيمية على الثقة التنظيمية بصورة إجمالية وذلك من خلال الجدول الآتي رقم (٨/٦):
جدول رقم (٨/٦)

(نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد السمعة التنظيمية و بين الثقة التنظيمية

الثقة التنظيمية		المتغير التابع			
t. test		R ²	R	B	المتغيرات المستقلة
مستوى المعنوية	القيمة				
*٠,٠٢٩	٢,١٨٨	0.527	.726**	.078	التوجه بالعمل
٠,٠٠٠	٤,٠٥٥	0.629	.793	.155	الرؤية والقيادة
٠,٠٠٠	٤,١٣٠	0.755	.869	.230	بيئة العمل
٠,٠٠٠	٤,٨٠٧	0.752	.867	.260	القوة المالية
٠,٤٠١	٠,٨٦٤	0.681	.825**	.046	جودة المنتج
٠,٠٠٠	٥,٨٤٦	0.760	.872	.319	المسؤولية الاجتماعية والبيئية
		٠,٩٢٠	معامل الارتباط R		
		٠,٨٤٦	معامل التحديد R ²		
		٠,٨٤٣	معامل التحديد المعدل Adj R ²		
		282.952	قيمة F المحسوبة		
		٦-٣١٠	درجات الحرية		
		**٠,٠٠٠	مستوى المعنوية		

** تشير إلى دلالة إحصائية عند ٠,٠١ طبقاً لاختبار T-Test

أمكن التوصل إلى بعض النتائج التي نوضحها فيما يأتي من خلال الجدول رقم (٨/٦).

أ- اشتمل نموذج الانحدار المتعدد على الثقة التنظيمية كمتغير تابع، وعلى أبعاد السمعة التنظيمية كمتغيرات مستقلة.

ب- بالنسبة لنوع وقوة العلاقة في النموذج، بلغت قيمة معامل الارتباط الكلي المتعدد (Multiple Regression Analysis) والذي يوضح طبيعة العلاقة بين القيم التي يتنبأ بها نموذج الانحدار وبين القيم الفعلية للمتغير التابع نتيجة

تأثره بالمتغيرات المستقلة (٠,٩٢٠), وأن هذه العلاقة تمثل ٩٢,٠% (وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد في النموذج R) وأن هذه العلاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية.

ج- بلغ معامل التحديد أو (التفسير) - R^2 - (Coefficient Of Determination) (٠,٨٤٦) وهو ما يشير إلى أنه يمكن تفسير (٨٤,٦%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع على أنه يرجع إلى المتغيرات المستقلة الأربعة ذات التأثير المعنوي في نموذج الانحدار مجتمعة باستثناء جودة المنتج، كما تبلغ قيم معامل التحديد المعدلة ($Adj R^2$) (Adjusted Determination Coefficient) (٠,٨٤٣) والذي يراعي التحيز الممكن حدوثه مع R^2 - وذلك مع ارتفاع عدد المتغيرات المستقلة (أو التفسيرية) في النموذج، وهو ما يعني أن (٨٤,٣%) من التباين في المتغير التابع يرجع إلى المتغيرات المستقلة ٦ المبينة بنموذج الانحدار بالجدول رقم (٨/٦)، كما تراوح ارتباط كل متغير من المتغيرات المستقلة في النموذج على حده مع المتغير التابع وفقاً لمعامل ارتباط بيرسون بين (٠,٧٩٣) و(٠,٨٧٢). كما تشير النتائج لمعنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية (١%) لجميع المتغيرات، باستثناء متغير واحد فقط وهو الرؤية والقيادة عند مستوى معنوية (٥%).

د- وفيما يتعلق بتقدير معالم نموذج الانحدار، يتضح من بيانات الجدول رقم (٨/٦) أن هناك ٦ متغيرات تعتبر أكثر مساهمة في نموذج الانحدار وذات تأثير على المتغير التابع (الثقة التنظيمية)، كما تشير بيانات النموذج إلى معنوية هذه المتغيرات (التوجه بالعميل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية)، وأن غياب هذه المتغيرات يؤثر على الثقة التنظيمية، وتمثل هذه المتغيرات بعد ترتيبها وفق الأهمية النسبية على المتغير التابع (الثقة التنظيمية) فيما يأتي:

- ١- المسؤولية الاجتماعية والبيئية (بيتا المعيارية ٠,٣١٩***)
- ٢- القوة المالية (بيتا المعيارية ٠,٢٦***)
- ٣- بيئة العمل (بيتا المعيارية ٠,٢٣***)
- ٤- الرؤية والقيادة (بيتا المعيارية ٠,١٥٥***)
- ٥- التوجه بالعميل (بيتا المعيارية ٠,٠٧٨*)
- ٦- جودة المنتج (بيتا المعيارية ٠,٠٤٦)

يراعى أنه تم ترتيب هذه المتغيرات بناء على قيمة بيتا المعيارية والتي تشير إلى مقدار التغير في المتغير التابع (بوحدة الانحراف المعياري) عندما يتغير المتغير المستقل (التفسيري) بوحدة انحراف معياري واحدة وذلك في ظل ثبات المتغيرات الأخرى.

هـ - وفيما يتعلق بمعنوية النموذج بشكل إجمالي يتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بالنسبة للمتغيرات ٦ التفسيرية بنموذج الانحدار وفقاً لاختبار (ف) وعند مستوى معنوية أقل (١%)، كما أن العلاقة بين الرؤية والقيادة والثقة التنظيمية كمتغير تابع غير دالة إحصائياً، ولا يعني ذلك غياب التأثير والارتباط بالثقة التنظيمية، ولكن تبين أن قدرته التفسيرية ضعيفة أو غير جوهرية بما يجعلنا لا نغفل تأثيره ولا نعول عليه بدرجة كبيرة أيضاً.

وفي ضوء ما تقدم فقد تقرر رفض فرض العدم القائل بأنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي توافر أبعاد السمعة التنظيمية (التوجه بالعميل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية) والثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة" وذلك بصورة إجمالية للنموذج وعند مستوى معنوية (١%) وفقاً لاختبار (ف)، وبالنسبة لكل متغير على حده أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة معنوية عند مستوى دلالة إحصائية (١%) وذلك بالنسبة للمتغيرات الأربعة الموضحة و(٥%) لبعدها الرؤية والقيادة وفقاً لاختبار (ت).

وقبول الفرض البديل والذي يشير إلى أنه " توجد هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي توافر أبعاد السمعة التنظيمية (التوجه بالعميل، الرؤية والقيادة، بيئة العمل، القوة المالية، جودة المنتج، المسؤولية الاجتماعية والبيئية) والثقة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة" وذلك بصورة إجمالية، وبالنسبة لكل متغير على حده يتم قبول فرض العدم بالنسبة لبعدها جودة المنتج.

المراجع العربية والأجنبية

أولاً: المراجع العربية:

- ١- النجار ، حميدة محمد(٢٠١٠)،الثقة التنظيمية كمدخل لتمكين العاملين دراسة تطبيقية على شركات قطاع الأعمال العام بمحافظة الدقهلية،بحوث ومقالات،مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة ،جامعة طنطا .
- ٢- النجار ، محمد سمير والناظر، نهلة نهاد(٢٠١٨)،أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية :الدور المعدل للثقة التنظيمية:دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان،رسالة دكتوراه،دار المنظومة، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط.
- ٣- سرجيوس ، أنطوان إسكندر(٢٠٢٠)،مدى فاعلية المسؤولية الإجتماعية للشركة في مقابل الإعلان عن سمعة الشركة والنية نحوالشراء: في ظل الدور الوسيط للثقة والصورة الذهنية ورضا العملاء،مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية،المجلد٥٧، العدد ١ .
- ٤- صباح ، عبدالرحمن على (٢٠٢٠)،أبعاد المنظمة الأخلاقية ودورها في بناء السمعة التنظيمية(دراسة ميدانية على الجامعات الفلسطينية الخاصة)،رسالة ماجستير،جامعة الأقصى ،غزة.
- ٥- عبدالله ،محمد حمزة أمين(٢٠١٧)،الثقة التنظيمية والانغماس الوظيفي:دراسة ميدانية جامعة بنى سويف،بحوث ومقالات، دار المنظومة،مجلة كلية الآداب ،جامعة طنطا.
- ٦- عبدالله ، نيان مصطفى(٢٠١٦)،أثر الثقة التنظيمية على الإتصالات الإدارية بالتطبيق على رئاسة جامعة بوليتيكنيك السليمانية في إقليم كوردستان العراق،رسالة دكتوراه، كلية تجارة ،جامعة المنصورة.
- ٧- عيد، أيمن عادل (٢٠١٦)، البحث العلمي- مدخل تطبيقي، دار عبيد للنشر، مصر.
- ٨- ماضى ، خليل إسماعيل و البشيتى ، سها عمر(٢٠٢٠)،الدور الوسيط للإلتزام التنظيمي في أثر جودة الحياة الوظيفية على السمعة التنظيمية الوظيفية ،مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية،المجلد٢٨،العدد٢.

ثانياً: المراجع الاجنبية

- 1)Arkan , S.& ali.(2014),Service quality and customer satisfisfaction relationship, A contemporary research,American international journal , Eurzurman Ataturk university,VOL 4,NO 19.
- 2)Arshad,R.(2012),Islamic corperate social responsibility ,corperate reputation and performance,International journal of economics and management engineering,VOL6,NO4.
- 3)Bontis,N. &Booker,L. (2007),The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and services recommendation the banking industry ,Management Decision .
- 4)Boyaci, A. et al.,(2018),The role of organizational trust in the effect of leadership of school admnistrators on job satisfaction of teachers,An article,WWW.Kuy.net.
- 5)Brimhall,J.,C.(2010),The effects of individual communication styles on perceived faculty trust,(PHD),Walden university ,USA.
- 6)Carmeli, A. & Cohen ,A.(2001),Organizational Reputation as a source of sustainable competitive advantage and above-Normal performance : An article, university,Barllan university,Israel.
- 7)Carmeli, A. &Tishler, A.(2005),Perceived organizational reputation and organizational performance : An empirical investigation of industrial enterprises ,An article research ,Bar-llan university ,Israel.
- 8)Chancey,E.T.&Politowicz,M.S.(2020),Designing and traning for apporiate trust in increasingly autonomous adanced air mobility operations ,Langely research center,Hampton, Virginia.

- 9) Chen , S. et al.,(2015),Organizational justice , trust and identification and their effects an organizational commitement in hospital nursing staff ,BMC health research ,vol,15.
- 10) Deutsch ,y.&Ross,T.W.(2003),You are know by the directors you keep :reputable directors as a signaling mechanism for young firms,Journal of Management science .
- 11) Dietz, G.&Den Hartgo,D.H.(2004), Measuring trust inside organizations ,personal rievew,35.
- 12) Dolatabadi,H.R. &Ghujali ,T. & shahmohammdi,M. (2012),Analysis of employees awareness from their manner of impact on the organization reputation,International journal of business and social science.
- 13) Doorely, J. & Garcia,H.(2007),"Reputation management – The key for successful public relations and corperate communication," , Routledge , Taloyer and francis group , An Informa business ,USA.
- 14) Eltantawy,R.A.&Fox,G,L&Giunipero,L.(2009),Supply management ethical responsibility :reputation and performance impacts ,An international journal ,Frodia,U.S.A.VOL14,NO2.
- 15) Esen, E. (2011),The role of Trust on the relationship between organizational engagement and corporate reputation , Research article ,Yildiz Teknik university,Istanbul.
- 16) Etter, Mi.& Ravasi , D. & Colleoni, E. (2019),Social media and the formation of organizational reputation,Academy of management review.
- 17) Feto.C.et al., (2019),The releathionship between image and reputation in the Spanish public university , European research on Management and business economics ,VOL25,NO2.
- 18) Fombrun, C. (1996), Reputation : Realizing value from the organizational information , Boston,MA,: Harvard business school press.
- 19) Fombrun ,C.& Van Riel C.B.M,. &Fame , F.(2004),How successful companies Build Winning reputations ,Upper Saddle river ,N.J.:Financial Times/Prentice Halls.
- 20) Ford, D.(2004)Trust and knowledge management :The seeds of success,Queens school of business,Queens university Kingston,Canda.
- 21) Fortino,G.&Fotia,L.&Messina,F.&Rosaci,D&Sarne,G.M.L.(2020),Trust and reputation in the internet of things,State of the art and research challenges,VOL8.
- 22) Galford Robert, M. &Drapeau,A.(2002),The trusted leader:Brining out the best in your people and your company,http\\WWW.goodreads.com.
- 23) Gambetta, D. (1988),We can trust trust ? In D , Gambetta(ED),Trust :Making and Breaking, cooperative relationsPP(213-237),New York(Bassil Black Bill).
- 24) Ghosh,K.(2017),Corporate reputation ,social performance,and organizational variability in an emerging country perspective,Journal of management and organization,VOL23,NO4.
- 25) Gilbert,J. & Li-ping,T.(1998)An eximination of organizational trust Antecedents 1 , Publicpersonnel management ,VOL27,No,3.
- 26) Gor, A. & Esen A.(2012),The role of trust on the relathionship between organizational engagement and corperate reputation,Yonten ve Economic,Celala Bayar university.
- 27) Gucer.E&Demerdag.S.A(2014),Organizational trust and job satisfaction , Business management dynamics,VOL4,NO1.
- 28) Gurieva,S.&Svystun,M.(2018),Implicit representations about the reputation capital in the company ,Advances in economics,business and management research,International scientific conference (Far East Con),VOL47.
- 29) Hasan.K.K.(2021),The relathionship between Intellectual capital and organization

- trust and Its impact on achieving the requirements of entrepreneurship strategy ,International journal of mulicultral and multireligious understanding,VOL8.
- 30) Heavey, C. et al., (2011),Enhancing performance :bringing trust, commitment and motivation together in organizations, Journal of general management, Ireland university.
 - 31) Hendriks, M. (2016), Organizational reputation, organizational attractiveness and employer branding: clarifying the concept ,Master of Business administration Human resouraces management, Faculty of behavioral management and social science,
 - 32) Hong,S,Y&Yang ,S-U.(2011),Public engagement in supportive communication behaviors toward an organization :Effects of relational satisfaction and organizational reputation in public relations management,Journal of public relation research ,VOL23,NO2.
 - 33) Hoppes,C&Holly,K.(2014),Organizational trust in time of challenge:the impact on faculty and administrators ,Innovative higher education,VOL39,NO3.
 - 34) Horgan ,L. & Ahsan, K. &Miah, S.(2016),The importance of attributional trust to corporate reputation,Research,Journal of relathionship marketing,Vactoria university-collage of business,Australlia.
 - 35) Hung Tsang , K. & Lin , C. (2016), The study of organizational recruitment information clarity and organizational reputation on application intentions,6th Annual international conference on qualitive and quantitative research.
 - 36) Kars, M. & Inandi, Y. (2018), Relationship between principals leadership behaviors and teachers organizational trust, An article,Eurasian journal of educational research .
 - 37) Kawengian,K.D.&Pangemanan,S.S.&Tielung,M.V.J.(2019),The influence of reputation ,distance and involuntary switching on customer switching behavior at PT.JNE in Mando,Journal riset economic management.
 - 38) Keshta,M.S.&El Talla,S.A.& Al shobaki ,M.J.&Abu-naser ,S.(2020), Perceived organizational reputation and its impact on achieving strategic innovation , International journal of academic information systems research,VOL4,NO6.
 - 39) Kumlin,S.&Haugsgjerd,A.(2017),The welfare state and political trust:bring performance back in,The Oxford books.google.com.
 - 40) Macmillan, P. (2008)Beyond corporate reputational managing reputation interdependence ,Corporate review.
 - 41) Malik,M,S.&Ali,H.&Ishfaq,A.(2015),Corperate Social resposibilty and organizational performance :Empercial evidence from banking sector ,Pakistan journal of science and social sciences,VOL9,NO1.
 - 42) Malolo, M., E. & Zuffo R., G. (2018), An evaluation of organizational trust psychometric characterstics of the Italian version, An article, University of Milano.
 - 43) Martin, M. (2002),A model for managing trust,International journal of manpower,Vol23,No,8.
 - 44) Marusich,R. (2016),Effects of information availability on command-and-Situation : performance ,Trust and Decision Making, Army research article .
 - 45) Mayer,R.&Davis,J.&Schoorman,F.(1995),An integrative model of organizational Trust,Academy of management review,VOL,20,NO,2.
 - 46) Miah, S. et al.,(2016),The importance of attributional trust to corporate reputation ,Journal of relationship marketing ,Victoria university ,Australia.
 - 47) Miles ,M. & Covin , J.(2000),Environmental marketing:A source of reputational , competitive and financial advantage , Journal of business ethics , VOL 23.
 - 48) Mishra ,J. & Morrisey,M. (1990), Trust in employee-employer relathionships, A survey of West Michigan managers ,Public personal managent ,VOL19,NO4.

- 49) Morgan, M. & Hunt, D. (1994), The commitment-Trust theory relationship marketing, An article, Journal of marketing.
- 50) Muthoni, D.M. & Kinyua, G.M. (2020), Corporate reputation and firm performance: Analysis of motor vehicle assemblers in Nairobi country, Journal of business and economic development, VOL5, NO2.
- 51) Omarvo, A. (2009), Organizational trust and job satisfaction, A research in the private sector, Department of Management and Organization, Institute of social science, Dokuz Eylul university.
- 52) Paliszkievicz, J. et al., (2015), Leadership, trust and knowledge management in relation to organizational performance : Developing an instrument, Research article, Online Journal of Applied knowledge management, Warsaw university of life sciences, USA.
- 53) Parnitasari, D. (2020), The influence of effective leadership and organizational trust to teachers work motivation and organizational commitment, Media economic dan management, VOL35, NO1.
- 54) Pinyol, I. & Mir, J.S. (2013), Computational trust and reputation models for open multi-agent systems : a review, Artificial intelligence review, VOL40, NO2.
- 55) Pires, V. & Trez, G. (2018), Corporate reputation : A discussion on contrast definition and measurement and its relation to performance, Article journal, www.emeraldinsight.com.
- 56) Poniz, J., L. & Fombrun, J., C. & Gardberg, N. (2011), A RepTrak pulse conceptualizing and validating a short-form measure of corporate reputation, Corporate Reputation Review, VOL 14.
- 57) Porumbescu, G. & Park, J. & OMSELS, P. (2013), Building trust: Communication and subordinate trust in public organizations, Transylvanian Review of Administrative Sciences, No, 38.
- 58) Pranasari, D. (2020), The influence of effective leadership and organizational trust to teachers' work motivation and organizational commitment, Media economic and management, VOL35, NO1.
- 59) Rahayuningsih, I. (2019), The positive impact of organizational trust: A systematic review, Journal of educational, Health, community psychology.
- 60) Ravasi, D. & Rindova, V., Etter, M. & Cornelissen, J. (2016), The formation of organizational reputation, An article research, An academy of management annals, USA.
- 61) Recica, L., F. & Dogan, A. (2019), The relationship between job satisfaction, organizational trust and intention to leave the job : A comparative study between Kosovo and Turkey, Acta universitatis danubius, VOL15.
- 62) Rodriguez, M., R., G. & Samper, R., C., M. (2019), Hotels corporate social responsibility practices, organizational culture, firm reputation, and performance, Journal of sustainable tourism, VOL27, NO3.
- 63) Sabater, J. & Sierra, C. (2003), Review on computational trust and reputation models, IIIA-CSIC, COMPUS UBA, An research article, Spain.
- 64) Sadeq Z.M. & Ahmed, B.S. & Saeed, V.S.H. & Othman, B. & Mohamed, H.O (2020), The relationship between intellectual capital and organizational trust and its impact on achieving the requirements of entrepreneurship strategy, International journal of advanced science and technology, VOL.29, NO.2.
- 65) Safar, H. et al., (2016), Reputation trust mechanism under the organizational -based access control model, Research article, Society Paris university, France.
- 66) Sarikaya, S. & Kara, S.B.K. (2020), Organizational trust and organizational support as a predictor of job satisfaction, International journal of curriculum and

instruction, VOL12.

- 67) Shamma, H.,M. (2007),A stockholder perspective for Examining Corporate Reputation: An Empirical Study the U.S. Wireless Telecommunication Industry, Unpublished PH,D Disseration , Iowa State university .
- 68) Shirin ,A. & Kleyn ,N.(2017),An evaluation of the effects of corporate Engagement :The Case of A Major bank in South Employee Reputation on Africa, Graduate Research,The Gordon institute of business science ,university of Pretoria Sadton ,Repulic of south Africa,WWW.tandofline.com.
- 69) Un-Yang, S. (2007),An integrated model of organizational relation outcomes organizational reputation and their antecedents,Journal of public relation research,Syracuse university.