



مجلة البحوث المالية والتجارية

المجلد (24) – العدد الثاني – إبريل 2023



مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في
منظمات الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح

An Accounting Approach to Measuring and Managing Reputational Risk in Business Organizations with A View to Strengthening the Decisions of Stakeholders

دكتورة / نهى عاطف عبد الحليم أبو العز
مدرس بمعهد السويس لنظم المعلومات الإدارية

2-4-2023	تاريخ الإرسال
13-4-2023	تاريخ القبول
رابط المجلة: https://jsst.journals.ekb.eg/	



الملخص:

تعتبر مخاطر السمعة من العوامل الهامة والمؤثرة في كيان منظمات الأعمال، والتي لا بد من قياسها والافصاح عنها من أجل التحوط منها. حيث تؤدي انعكاساتها السلبية إلى خسارة المليارات من القيمة السوقية للمنظمات، وهناك العديد من الأسباب وراء هذا النوع من المخاطر، ولكن يصعب التنبؤ بها إلى حد كبير. وقد أمكن تحديدها وتصويرها في صورة سلسلة سببية تصب في شطرها الأعظم في قرارات أصحاب المصالح.

وقد حاولت الباحثة استخدام تصور مقترح لقياس هذا النوع من المخاطر، يعتمد على بعدين إحداهما كمي من خلال قياس العوائد غير الطبيعية لمخاطر السمعة وفقاً للخسائر التشغيلية الإسمية، ثم تجميعها والوصول إلى إجمالي المتوسط التراكمي لها لفترة محددة. ويتأسس البعد الثاني على القياس المحاسبي التحليلي من خلال استخدام المؤشرات المالية التقليدية ذات الارتباط والتي تستند على قياس السيولة والربحية وكفاءة استخدام الأموال، وبعض المؤشرات غير المالية، فضلاً عن التحليلين الأفقي والرأسي لذات الفترة بالنسبة لنفس العناصر ذات الصلة بالسمعة. وقد حاولت الباحثة اختبار مدى قبول هذا المقياس على بيئة الاعمال المصرية.

الكلمات المفتاحية: مخاطر السمعة – قرارات أصحاب المصالح – قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال.

Abstract:

Reputational risk is of the important and influential factors in the entity of business organizations, which must be measured and disclosed in order to hedge it. As its negative repercussions lead to the loss of billions of market value for organizations, there are many reasons behind this type of risk, but it is difficult to predict to a large extent. It has been possible to identify and portray it in the form of a causal chain that pours into the greatest part of the decisions of stakeholders.

The researcher tried to use a suggested conception to measure this type of risk, based on two dimensions, one of which is quantitative, by measuring the abnormal returns to reputational risks according to the nominal operating losses, then aggregating them and arriving at the total cumulative average of them for a specific period. The second dimension is based on the analytical accounting dimension through the use of related traditional financial indicators, which are based on measuring liquidity, profitability, efficiency of money use and some non-financial indicators, as well as the horizontal and vertical analyzes for the same period for the same elements related to reputation. The researcher tried to test the extent to which this measure is acceptable to the Egyptian business environment.

Keywords: Reputational Risk - Stakeholder Decisions - Measuring Reputational Risk for Business Organizations.



أولاً: الإطار العام للبحث:

1- طبيعة ومشكلة البحث:

تعرضت معظم المنظمات المالية وغير المالية العالمية خلال الازمة المالية العالمية الأخيرة، لما عرف بمخاطر السمعة، مما جعل القضايا المتعلقة بإدارة وقياس هذا النوع من المخاطر تحظى باهتمام متزايد في الأوساط المهنية والأوساط الأكاديمية على حد سواء. ومما دعا لجنة بازل للرقابة المصرفية، تلقى الأضواء على هذا النوع من المخاطر المستحدثة ضمن بنود الاتفاقية الثالثة والأخيرة لها- التي تم العمل بها اعتباراً من عام 2018م- بعد تجاهل تام لها من قبل، والإشارة إلى أنها تكون نتاج عوامل داخلية وخارجية في آن واحد.

وفي هذا الصدد أكدت عدة دراسات عالمية على أهمية السمعة كمورد تنظيمي محدد، يمكن أن يكون له قيمة إستراتيجية للمنظمات بمختلف أنواعها وللمنظمات المالية بصفة خاصة. حيث تعتمد غالبية العمليات المالية بصفة أساسية على "الثقة"- وهي ما يطلق عليها سلع المصدقية غير الملموسة (Ruiz&Garcia,2019,Pp:340-361) كما اقترت بعض الدراسات البحثية الحديثة بأن المسؤولية الاجتماعية تعتبر بمثابة مؤشر مهم لسمعة منظمات الأعمال (Dilatate et al.,2017,Pp:589-605).

إن أصحاب المصالح من العملاء والمستثمرين والموردين (على أقل تقدير) يعتمدون بشكل كبير على سمعة المنظمات، باعتبارها إشارة إستراتيجية تعكس الجودة الشاملة لإجراءات العمل، وتزودهم بالمعلومات عن السلوك والتوقعات المستقبلية. وتأسيساً على ذلك يمكن تعريف سمعة منظمات الأعمال على أنها تصور أصحاب المصالح بأن المنظمة تتمتع بالمصدقية والموثوقية والمسؤولية مما يستحق ثقتهم ويدعم قراراتهم. وقد ابرزت ادبيات المحاسبة العديد من الأسباب التي تتعلق بالحاجة الملحة لإدارة وقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال والافصح عنها. ومن هنا تبرز مشكلة البحث في الحاجة إلى وجود مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال، يهدف إلى المساعدة في التحوط من هذا النوع من المخاطر المستحدثة في الفكر المحاسبي، ويدعم قرارات أصحاب المصالح بها.

2- أهمية البحث:

تتبلور أهمية البحث العلمية في إيجاد مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة للمنظمات بصفة عامة والمالية منها بصفة خاصة، مما يساعد على الإفصاح عنها وتجنبها، حيث تندر الكتابات المحاسبية حول هذا الموضوع. كما تكمن الأهمية العلمية للبحث أيضاً في كونه يساعد في تقديم مدخلاً للقياس يفيد كثير من مستخدمي التقارير المالية لهذه المنظمات، يثبت الثقة في البيانات المقدمة للجهات الرقابية والاشرفية من ناحية، واتخاذ القرارات لأصحاب المصالح كالمستثمرين والعملاء والموردين وغيرهم من ناحية أخرى.

كما تتمثل الأهمية العملية والاجتماعية لهذا الموضوع في أن طبيعة مخاطر السمعة من الأمور التي يمكن أن تقضي على نجاحات المنظمة، وتؤثر في البيئة التنافسية بشكل ملحوظ، ولذا فإن قياسها وإدارتها من الأمور التي تشكل أمراً ملحاً لأي مسئول بالمنظمات. فضلاً عن كونه موضوع بالرغم من أهميته إلا أنه تأخرت دراسته كثيراً في أدبيات المحاسبة.

3- أهداف البحث:

يتبلور الهدف الأساسي للبحث في محاولة إيجاد مدخلاً محاسبياً لقياس وإدارة مخاطر السمعة، يمكن أن يساعد في تفعيل مصداقية وموثوقية التقارير المالية للمنظمات المالية. وفي نفس الوقت يساعد في تدعيم القرارات المختلفة لأصحاب المصالح، وخلق بيئة أعمال متوازنة بوجه عام. وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية يمكن في مجموعها تحقق هذا الهدف الأساسي، وهي:

(أ) تحديد طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة وعناصرها التي يمكن أن تؤثر في جودة قرارات أصحاب المصالح بوجه عام سواء في المنظمات المالية أو غير المالية، بصورة ايجابية.

(ب) تصميم المدخل المحاسبي الملائم لقياس وإدارة مخاطر السمعة في تلك المنظمات بالصورة التي تمكن من التحوط لها أو تخفيضها على أقل تقدير، والإفصاح عن ذلك.

(ج) الوقوف على مدى إيجابية هذا المدخل، ومن ثم مدى قبوله لدى أصحاب المصالح الرئيسيين للمنظمات، كالمستثمرين، والمحللين الماليين، والعملاء، والموردين، ومجلس الإدارة (جهة الاشراف) وغيرهم.



4- حدود البحث:

على ضوء طبيعة المشكلة موضوع الدراسة وأهمية وأهداف البحث، لن تتعرض الباحثة في بحثها لآتي:

أ) الأنواع الأخرى من المخاطر المحيطة بالمنظمات المالية وغير المالية، ويكون لها تأثير غير مباشر على السمعة، كالمخاطر الائتمانية، ومخاطر السيولة، والمخاطر التشغيلية، وغيرها.

ب) المخاطر الناتجة عن التقارير الوصفية أو الإنشائية ذات البيانات غير المقاسة بوحدة النقد، والتي يتضمنها تقرير مجلس الإدارة سواء عن المسئوليات الاجتماعية أو البيئية أو الاستدامة.

ج) عرض دراسات سابقة حول الموضوع لندرة الكتابات البحثية حول مخاطر السمعة بوجه عام، سوى ما حاول تقديم مداخل للقياس الكمي مباشرة لهذا النوع من المخاطر أو قياسات تقوم على مجرد الاستقصاء لآراء العاملين أو المتعاملين مع المنظمات، هذا بسبب الرجوع إليها تفصيلاً عند مناقشة موضوع مداخل القياس داخل متن البحث.

5- فروض البحث:

تحاول الباحثة من خلال هذا البحث دراسة الفروض التالية:

أ) الفرض العدمي الأول:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال (وفقاً لمنظور الباحثة في هذا الشأن).

ب) الفرض العدمي الثاني:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط لها.

ج) الفرض العدمي الثالث:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح لتدعيم قرارات أصحاب المصالح.

6- منهج البحث وخطة الدراسة:

تعتمد الباحثة في بحثها هذا على استخدام المنهجين الاستقرائي والاستنباطي، حيث تركز على المنهج الاستقرائي من خلال الاطلاع على أدبيات المحاسبة، التي تتناول فكرة وفلسفة مخاطر السمعة للمنظمات والمصارف وما شابه. وتلك التي حاولت تقديم بعض الحلول النظرية لقياس هذا النوع من المخاطر، وصولاً لتكوين رأي عن طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال، ومن ثم تكوين مدخلاً محاسبياً ملائماً لقياس وإدارة تلك المخاطر، والحد منها. كما تعتمد على المنهج الاستنباطي في محاولة التوصل إلى قناعة خاصة بمدخل القياس والافصاح عن مخاطر السمعة، والوقوف على إيجابية آراء العينة محل الاستقصاء في هذا المجال.

ومن هنا تعتمد خطة الدراسة، على تناول طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة في المنظمات المالية وغير المالية وأهم عناصرها، ومقاييس سمعة المنظمة ومخاطرها الحالية، ثم التصور المقترح للمدخل الكمي والمحاسبي لقياس هذا النوع من المخاطر في ضوء الاستفادة من أوجه القصور التي شابت الدراسات في هذا المجال، وأخيراً دراسة ميدانية على عينة ليست بالقليلة من بيئة الأعمال (أصحاب المصالح) للوقوف على مدى قبول المدخل المقترح لقياس مخاطر السمعة لتدعيم قرارات أصحاب المصالح.

ثانياً: طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال:

تعتبر مخاطر السمعة (Reputational Risk) من العوامل الهامة والمؤثرة في كيان منظمات الأعمال، والتي يمكن أن تؤدي أحد جوانبها السلبية إلى خسارة المليارات من القيمة السوقية لها، فضلاً عن إحداث تغييرات جذرية في فريق إدارتها. كما أن هذا النوع من المخاطر يصعب التنبؤ به إلى حد كبير، فضلاً عن أن مخاطر السمعة لم تخضع للقياس الرقمي حتى الآن، مما يزيد من صعوبة إدارتها والحد منها. ومن ناحية أخرى فإن هذا النوع من المخاطر قد يكون ليس بسبب خطأ المنظمة، ولكن قد تكون نتاج آراء العملاء والمستثمرين والجمهور، التي لها تأثير مباشر على قيمة الأعمال.

وهناك العديد من المسببات لهذا النوع من المخاطر، بعضها قد يكون بسبب الأحداث السلبية من خارج المنظمة، والبعض الآخر قد يكون من الداخل. فقد تتسبب الأخطاء الناتجة عن الأطراف الخارجية، في خفض أو فقدان الثقة بالمنظمة ومن ثم سوء السمعة، فعلى سبيل المثال قد تتسبب الأخطاء وارتكاب الأفعال غير السليمة والاحتمالات التي يرتكبها البعض بالتعرض لمخاطر السمعة وخاصة لو كانت المنظمة عبارة عن مؤسسة مالية أو مصرف. أو



حدوث مشاكل متكررة مع شبكات الاتصال والتي تتسبب في تعطل وصول العملاء لبياناتهم أو حساباتهم أو تحويل أموالهم. أو ما تقوم به منظمات مشابهة أخرى من أخطاء وكانت تقدم نفس المنتج أو الخدمة، من خلال الأنشطة الالكترونية أو النظم الرقمية، فيعكس الأمر على المنظمات الأخرى ذات نفس المواصفات. كما تنتج مخاطر السمعة من الاعتداءات المتكررة باختراق نظم المنظمة الالكترونية أو مواقعها على شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد تحدث مخاطر السمعة من داخل المنظمة ذاتها، في صورة ممارسات تجارية غير متكافئة، أو أخطاء في الاحتفاظ بالبيانات، أو سحب لمنتجاتها من الأسواق لوجود بعض العيوب بها، أو تعمد تقديم بيانات مالية مشوشة على مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن مشاكل السمعة للمديرين التنفيذيين بالمنظمة، حيث لا يمكن فصل سمعة المدير التنفيذي عن سمعة العمل بوجه عام، والتي أكدت إحدى الدراسات الكشافية عن انها تمثل 45% من سمعة المدير التنفيذي (Deloitte, 2014).

وبخلاف ما تقدم، فإن وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون لها دور في التأثير على سمعة منظمات الأعمال سواء سلباً أو إيجاباً. فعند بث كثير من الأخبار السلبية حول منظمة ما، تتأثر بدون شك بنوع من مخاطر السمعة التي تجعل العملاء يبتعدون أو يتجنبون التعامل معها، والعكس صحيح بطبيعة الحال. وتشير مخاطر السمعة إلى احتمال أن يكون للأخبار السلبية أو الأحداث غير الإيجابية، انعكاساً على سمعة المنظمات والمؤسسات المالية، وبالتالي تؤثر على قيمتها.

وتعتبر إدارة المخاطر بوجه عام عملية تحاول بها المنظمة تخفيض تكاليف وأضرار المخاطر الاستراتيجية أيضاً كان نوعها. وبطبيعة الحال هناك مخاطر يمكن التحكم فيها، لكونها محددة وقابلة للقياس وتستطيع المنظمة التنبؤ بها، وهناك مخاطر يصعب كثيراً التحكم فيها. فالمخاطر تصنف إلى نوعين أساسيين هما (عبد الحفيظ & صديق، 2019، ص. ص: 239-241) : مخاطر نظامية ومخاطر غير نظامية.

فالمخاطر النظامية هي تلك المخاطر التي لا يمكن تجنبها أو إلغائها، ولكن يمكن التعايش معها والتخفيف من آثارها السلبية، وذلك بإعداد خطط بديلة للطوارئ لمواجهتها لكونها ترتبط بالبيئة التي تعمل بها المنظمة. ففي حالة المؤسسات المالية يكون ذلك عن طريق التنوع في المحافظ الاستثمارية والتحوط من المخاطر الائتمانية والتشغيلية وغيرها. أما المخاطر غير النظامية فهي المخاطر الداخلية أو التي تتعلق بالمنظمة ذاتها أو بالبيئة الخارجية المحيطة بها. ويمكن معالجتها أو تجنبها نسبياً من خلال وضع السياسات الملائمة والضوابط والإجراءات

المنظمة للعمل، وتخير أفراد الإدارة العليا من ذوي الكفاءات والخبرة مع تحسين وتفعيل أنظمة الرقابة والضبط الداخلي.

ويمكن الآن إضافة نوع ثالث لهذه المخاطر، وهي "مخاطر السمعة"، التي ظهرت حديثاً نتيجة للتطورات الحادثة على مستوى العمليات الآلية وتكنولوجيا الأعمال. ويشار غالباً لمخاطر السمعة (Reputational Risk) بالخسارة المحتملة في رأس المال سواء الاقتصادي أو الاجتماعي، أو مقدار حصة السوق المفقودة نتيجة الضرر الذي يلحق بسمعة المنظمة. حيث أن مخاطر السمعة لها تأثير مؤكد على الإيرادات، ومن ثم رأس المال أو التكاليف التنظيمية. وتؤدي الحالات القصوى من هذا النوع من المخاطر ربما إلى الإفلاس، كما في حالة منشأة آرثر أندرسون الأمريكية.

وهناك أمثلة أخرى لمخاطر السمعة، كما في حالة استدعاء شركة (Toyota) اليابانية للسيارات حوالي ثمانية ملايين سيارة من طرازات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2010م، وسط ضغوط من الجمهور ومنظمي الصناعة ووسائل الاعلام - حسب تقديرات الشركة - لعيوب فنية بها، مما ترتب عليه خسارة الشركة لملياري دولار أمريكي بسبب عمليات الاستدعاء وخسائر المبيعات اللاحقة، فضلاً عن تغريم الشركة ستة عشر دولار أمريكي لفشلها في الإبلاغ عن المشكلات فور حدوثها مما يعرض الأرواح للخطر. ووصل الضرر المالي لهذه الشركة عام 2014م مبلغاً يقارب 1,2 مليار دولار، عندما اتفقت وزارة العدل الأمريكية مع شركة تويوتا كتسوية اعترافاً بالذنب من الشركة لإهمالها العيوب.

وهنا بدأ الباحثون في الكشف عن طرقاً لإدارة مخاطر السمعة بفعالية تتضمن بعض العناصر، وهي:

- (أ) التتبع المنهجي لتوقعات أصحاب المصلحة المتطورة.
- (ب) تحديد عوامل مخاطر أصحاب المصلحة كجزء من عملية إدارة المخاطر العامة.
- (ج) تحويل عمليات إدارة المخاطر لتصبح أكثر استباقية وليست انعكاسية.
- (د) المراجعة المستمرة والمنظمة لمحفزات سمعة المنظمات باستخدام أحدث التقنيات وخدمات مراقبة السمعة.

وينظر البعض لمخاطر السمعة على أنها نوع من الأصول غير الملموسة، أي عكس الشهرة تماماً (أو ما يمكن أن يطلق عليه تجاوزاً الشهرة السلبية)، لما لها من أثر كبير على الموارد المالية للمنظمة. حيث أنه حتى الأحداث أو الخسائر التي تبدو صغيرة الحجم كالغرامات التنظيمية البسيطة، يمكن أن يكون لها تداعيات أكبر. فإذا كان الاضرار بالسمعة بسيطاً في



بداية الأمر، إلا أنه يمكن أن يؤدي إلى مشاكل ضخمة مستقبلاً وذلك من خلال العمليات الاجتماعية الخارجية، وما تتضمنه من أوساط إلكترونية وأنظمة قانونية.

ومن هنا تتأسس عملية إدارة مخاطر السمعة، على ثلاث عناصر أساسية، هي: تقييم هذا النوع من المخاطر، ورقابة التعرض لمخاطر السمعة، وضبط أو التحكم في تلك المخاطر بحسب عناصرها المختلفة. وذلك وفقاً لما يأتي:

(أ) بالنسبة لتقييم هذا النوع من المخاطر... يتأسس على القيام بعمليات تحليلية دقيقة لتحديد تلك المخاطر وحجمها بقدر الإمكان. أو على الأقل تقدير التوقع بالمخاطر المتوقعة وما قامت به الإدارة من خطوات للحد منها، وذلك من خلال الحلول الدفاعية المناسبة لهذه المخاطر. ثم تقييم تلك المخاطر وتحديد مدى قدرة المنظمة على تحمل هذه النوعية من المخاطر. وأخيراً تقدم الإدارة مقارنة صريحة لمدى قدرتها على تحمل المخاطر مع منافسيها.

(ب) بالنسبة لرقابة التعرض لمخاطر السمعة... يعتمد على ما تحاول الإدارة تطبيقه من السياسات والقياسات الأمنية لحماية سرية البيانات والعمليات التشغيلية، والحفاظ على مصداقيتها وسلامتها. وذلك بوضع الإرشادات اللازمة وتصميم الإجراءات الأمنية المناسبة والعمل على التنسيق في الاتصالات الداخلية. فضلاً عن محاولة تحديث المنتجات والخدمات المقدمة بصفة مستمرة وإجراء الاختبارات للتأكد من صلاحيتها للعملاء. وأخيراً محاولة الإفصاح وتوعية العملاء للحد من مخاطر السمعة ووضع الخطط البديلة أو الطارئة.

(ج) بالنسبة للضبط أو التحكم في مخاطر السمعة... فيتأسس ذلك من خلال مراقبة عمل التحول الرقمي والميكنة خاصة في التعاملات النقدية، ومتابعة موقع المنظمة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت). وذلك يكون باختبار الأنظمة التشغيلية ومراقبتها، أو من خلال عمليات المراجعة المستمرة والفورية لأنظمة الاللكترونية للمنظمة.

وبناء على ما تقدم، تحاول الباحثة فيما يلي الوصول إلى تعريف شبه محدد لما يعرف بمخاطر السمعة للمنظمات بوجه عام والمالية بصفة خاصة، خاصة أن لفظ سمعة المنظمة يعرف بأنه هو: " الحكم الجماعي على المنظمة من قبل المراقبين بناء على التقييمات المالية والاجتماعية والبيئية التي يتم إجراؤها على مر الزمن (Fiordaliza et al.,2014). "

تعريف مخاطر السمعة:

نظراً لعدم وجود اتفاق عام بين الباحثين من ناحية، والهيئات المهنية المختصة من ناحية أخرى - حتى الآن - لتعريف "سمعة المنظمة"، وبالتالي ماهية طبيعة مخاطرها تحديداً، لذا يعتبر باب الاجتهادات مفتوحاً في هذا المجال أمام الباحثين. وإن كانت هناك شبه رؤية موحدة تكاد تتفق على أن مخاطر السمعة يمكن ان يشار لها بأنها مخاطر المخاطر. وهو ما يعني أن حدوث خطر أساسي ما، يؤدي بالتالي إلى خسائر في السمعة، كما هو الحال بالنسبة لخسائر التشغيل أو عيوب المنتجات وما شابه ذلك.

وبالرغم من ذلك فقد أمكن لبعض الباحثين، حصر ما قدم من تعريفات مختلفة لمخاطر السمعة في ثلاثة محاور مختلفة، تتمثل في الآتي (FFIEC, 2010) :

1- التعريف الذي قدمته اللجنة الأوروبية للتأكدات (CEA)، والمجموعة الاستشارية الأوروبية (Actuarial European)، في تقريرهما المشترك (Solvency IT) عام 2007م، والذي يعتبر أن مخاطر السمعة تتمثل في مخاطر الدعاية السلبية فيما يتعلق بالممارسات والمنتجات التجارية للمنظمة، خاصة إذا كانت هذه الدعاية تتصف بأنها غير دقيقة، مما يؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة، ومن ثم فقدان ثقة أصحاب المصالح بها- سواء العملاء الحاليين أو المرتقبين، أو المستثمرين أو الموردين أو المشرفين- أي أن هذا التعريف يركز على خطر تدهور سمعة المنظمة ومن ثم تدهور تصورات أصحاب المصالح بشأنها.

2- التعريف الذي قدمه مجلس اختبار المؤسسات المالية الفيدرالي بالولايات المتحدة الأمريكية (FFIEC) الذي يصف مخاطر السمعة بأنها التغيير في سلوك أصحاب المصالح الناجم عن التصورات المتدهورة. أي تغير سلوك أصحاب المصالح للأسوأ - من وجهة نظر المنظمة بسبب تدهور سمعة المنظمة (Tonelli,2007) .

3- التعريف الذي قدمه أحد الباحثين في هذا الشأن، حيث أشار إلى أن مخاطر السمعة تعني الخسارة المالية الناجمة عن تدهور سمعة المنظمة (Ganzert,2015, Pp: 485-499) . وهذا يعني أن هناك ثلاثة محاور يمكن من خلالها تحديد وتصنيف أنواع مخاطر السمعة في المنظمات، ويمكن من خلال الجمع بينهم الوصول إلى السلسلة السببية التالية: أنه يؤدي حدث خطر السمعة إلى تصورات سلبية من قبل أصحاب المصالح في المنظمة، مما قد يتسبب في حدوث تغيير في سلوكهم للأسوأ- من وجهة نظر المنظمة - وهو ما ينتج عنه في النهاية خسارة مالية للمنظمة.



4- وإذا كانت هذه المحاور الثلاث في تعريف السمعة يمكن أن تنطوي على مزايا وعيوب مختلفة، فيما يتعلق بفائدتها في إدارة مخاطر سمعة المنظمة، إلا أنه عند الدمج بين التعريف الأول والثاني لمخاطر السمعة، تصبح هناك فائدة في إدارة مخاطر سمعة المنظمة. ويسمح ذلك بتقييم مجموعات أصحاب المصالح فيما يتعلق بالقضايا التي تسبب تدهور التصورات، وتغير من سلوكها. وهو ما يسمح ببدء تدابير محددة في هذا الاتجاه. ومن ناحية أخرى يسمح المحور الثالث من التعريفات بتحديد مخاطر السمعة بقيمة نقدية معادلة لفقدان السمعة، ويسمح باستخدام مقاييس المخاطر، مثل مقاييس القيمة المعرضة للخطر، كما يسمح بمقارنة مخاطر السمعة بأنواع المخاطر الأخرى (Perez et al.,2019) .

وهكذا تعتبر سمعة المنظمة إشارة موثوقة لأصحاب المصالح، لأنه إذا لم تتصرف المنظمة كما هو متوقع وفقاً لسمعتها، فإنها ستفقد قيمتها المتراكمة في بيئة الأعمال. وتعتمد مصداقية سمعة المنظمة على مدى هشاشتها التي ترتبط بالتناقض بين تراكمها البطيء وسرعة تدميرها المحتمل، إذا لم تتصرف المنظمة وفقاً للتوقعات الناتجة عن سمعتها، فستفقد رأس المال المتراكم ببطء بسبب سوء سمعتها. وهذه الهشاشة هي مخاطر السمعة، حيث تنبع من كافة المخاطر التي تواجهها المنظمة- على سبيل المثال: المالية والتشغيلية والبيئية والتجارية وغيرها- لأن جميع هذه المخاطر تؤثر على قيمة المنظمة التي يتم تقييمها بين أصحاب المصالح، وبالتالي على تحقيق توقعاتهم في الواقع. وعندما تؤدي المخاطر بمنظمة ما إلى أزمة، فإنها لا تفي بمصالح جميع أصحاب المصالح، وقد تتآكل سمعتها السوقية (Warrick, 2002) .

ثالثاً: مقاييس سمعة المنظمة ومخاطرها الحالية:

يعد قياس سمعة المنظمة المرحلة الهامة التالية في إدارة مخاطر السمعة للمنظمة، حيث أنه بدون القياس يصعب تقييم إجراءات تحسين سمعة المنظمة. ومع ذلك فإن قياس سمعة المنظمة يعتبر من الأمور الصعبة. حيث يتم تعريفها في أغلب الأحيان من خلال تصورات أصحاب المصالح، وهي لا يمكن ملاحظتها مباشرة. ومن ثم لا توجد طريقة قياس غير مثيرة للجدل أو يسهل الاتفاق عليها. ولكن هناك عدد من الطرق المختلفة المتاحة، التي تناقشها الباحثة أولاً، قبل عرض المدخل المحاسبي المقترح لها للقياس.

فوفقاً لتصنيفات مجلة الأعمال الأمريكية (Fortune) التي صنفت كبرى الشركات الأمريكية من حيث الإيرادات، حيث حدد المدبرون التنفيذيون والمدبرون والمحللون الماليون، مقياس

يندرج من "صفر" - ضعيف - إلى "عشرة" - ممتاز - للشركات وفقاً لتسعة قضايا هي: الابتكار، إدارة الأفراد، استخدام أصول الشركة، المسؤولية الاجتماعية، جودة الإدارة، السلامة المالية، الاستثمار طويل الأجل، جودة المنتجات أو الخدمات، والقدرة التنافسية العالمية. وقد تم تطوير هذه القضايا من خلال بعض المقابلات مع المديرين التنفيذيين والمديرين والمحليين الماليين (Ganzert,2015,Pp: 485-499).

وتعتبر تصنيفات مجلة الأعمال الأمريكية (Fortune) توفر معلومات لفترة طويلة، وسهلة الفهم ومتاحة للعديد من الشركات. إلا أنه بالرغم من الاستخدام الواسع النطاق لهذه التصنيفات، فقد صادفها الكثير من الانتقادات، والتي كان من أبرزها أنها تركز على تصورات فئة قليلة من أصحاب المصالح وليس الغالبية العظمى منهم حيث تقتصر على المديرين التنفيذيين والمديرين والمحليين الماليين فقط (Harris,2015).

وبناء على الانتقادات التي وجهت لهذا المقياس حاولت إحدى الشركات الأمريكية الكبرى في مجال أبحاث وتحليلات السوق الأمريكية وهي شركة (Hams Interactive) تطوير مقياس السمعة، بالارتكاز على تتبع مشاعر وسلوكيات ودوافع الأمريكيين حيث طورت المقياس من خلال منصات بيانات برمجية تتيح للعلامات التجارية تتبع صحة ونجاح الحملات، لقياس سمعة الشركة من خلال ست قضايا، هي، الجاذبية العاطفية، المنتجات أو الخدمات، الرؤية والقيادة، بيئة مكان العمل، المسؤولية الاجتماعية والبيئية، والأداء المالي، بإجمالي (20) فئة فرعية منها. على أن يقيس هذا الاستطلاع سمعة الشركات الأكثر ظهوراً في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك بمحصلة حاصل السمعة وما ينتج من تقييم بعض المقابلات مع المواطنين الأمريكيين المتطوعين، ومن ثم يتم ترجيح البيانات لتعكس حاصل سمعة المنظمة. وبذلك تتوافر نتائج موثوقة إلى حد ما.

ومع ذلك لم تخلوا هذه الطريقة من الانتقادات، وخاصة بأن حاصل السمعة لا يوفر معلومات بشأن الاحتمالات التي يمكن للشركة من خلالها تحسن من سمعتها المؤسسية، ومن ثم فإن حاصل السمعة يشكل الأساس للعديد من التطورات والتوسعات الأخرى (Forburn,2007). وقد حاولت شركة (Rep Trak) الأمريكية أن تنشر تقارير عن سمعة المنظمات الأمريكية، بناءً على استطلاعات الرأي بالنسبة للمستهلكين والتغطية الإعلامية، وذلك بالتركيز على قضايا: المواطنة، والحكم، مكان العمل، التعاون، المنتجات والخدمات، الأداء، والقيادة. وبذلك كنوع من التطوير إلا أنها أيضاً واجهت انتقادات بشأن أنها تقوم بعملية مسح شامل لكافة السكان وبذلك



لم تميز صراحة بين مجموعات أصحاب المصالح، فضلاً عن ان القضايا التي تركزت عليها غير متعلقة بالصناعة ذاتها لطبيعة الشركات المقاسة.

وتعتبر هذه المقاييس لسمعة المنظمة، مقاييس غير رسمية للسمعة، وتعرف "بمقاييس المشاعر اليومية"، وكلها لا تميز بين مجموعات أصحاب المصالح، نظراً لأن الهدف من معظم طرق القياس وفقاً لهذا الاتجاه، هو قيمة نهائية واحدة لسمعة المنظمة- مجمعة عن عدة قضايا مختلفة ومجموعات أصحاب المصالح المتنوعة- ولتحديث طرق القياس السابقة للتوافق مع "حاصل السمعة"، أو تصنيفات مجلة (Fortune)، يكون المطلوب في الخطوة الأولى هو تحديد مجموعات اصحاب المصالح ذات الصلة، وفقاً لتحليل كافة طوائفهم، وتتمثل الخطوة الثانية في تحديد القضايا المرتبطة بالسمعة، وذلك بعد تحديد نطاق القيمة أو مدى القياس - ليكون على سبيل المثال، "صفر" للضعيف جداً وعشرة للممتاز - وتتمثل الخطوة الثالثة في تحديد الأسئلة الملائمة لكل قضية من القضايا، بحيث تناسب قياس تصورات أصحاب المصالح فيما يتعلق بالقضايا المطروحة بقدر الإمكان.

وإذا قدمت عدداً من الأسئلة لكل قضية، يجب أخذ متوسط النتائج ذات الصلة على الأسئلة المرتبطة بالموضوع ثم يوضع نتيجة الاستبيان أو المسح في مصفوفة يطلق عليها "مصفوفة مجموعة اصحاب المصالح- القضية". على ان تتكون الصفوف في هذه المصفوفة من المشاكل المحددة، وتمثل الأعمدة مجموعات أصحاب المصالح، والقضية المثارة. ولكن هذا الأسلوب في القياس عند نشرة يمكن أن يؤثر على سمعة المنظمة ذاتها بالسلب (Friedman&Barry,2009).

ولعل من اهم ما يشغل بال المهتمين بهذا النوع من المقاييس، هو موضوع أبعاد سمعة المنظمة أو عناصرها ومكوناتها. فترى بعض الدراسات أنها تتمثل في عشرة عناصر: هي الاخلاق، الموظفين الموهوبين، الاداء المالي، القيادة، الإدارة المسؤولة الاجتماعية، التركيز على العملاء، الجودة، الموثوقية، وجودة الاتصالات. في حين ترى دراسة أخرى أنها تتمثل في ست عناصر فقط، هي المسؤولية الاجتماعية، العلامة، العملاء، صورة المنظمة، الاتصال، بيئة العمل. ويسير على نهجه دراسات أخرى حيث تحدها في: الإبداع، جذب العاملين الموهوبين، هوية المنظمة، صورة المنظمة، والاتصال. واخيراً تضيف دراسات أخرى أبعاد تتمثل في الشرعية، وماركة المنتج، والنداء العاطفي، ورؤية وقيادة المنظمة (Matic,2008).

وفي تطور لاحق لطرق قياس السمعة في المنظمات- وبصفة خاصة المالية منها كالمصارف- رأى البعض أنه يمكن قياس مخاطر السمعة من خلال مؤشراً واحداً يتم استنباطه

من عملية التنقيب عن البيانات الموجه للأداء في شبكة متعددة الوكالات، ومن خلال إيجاد ارتباط بين المتغيرات اليومية في المؤشر والمبيعات التي تقدمها الجهة المنوط بها قياس سمعتها (Fox et al., 2016). أو مؤشر القيمة السوقية والقيمة المالية للمنظمات، وما شابه. وتلقي الباحثة الضوء على أبرز هذه القياسات فيما يلي:

1- مؤشر درجة سمعة اصحاب المصلحة (SRS):

جاء هذا المؤشر لتقدير تأثير السمعة على الأداء المصرفي، ويعتمد على مؤشر تركيب ثلاثي الأبعاد، يركز على وجهات نظر ثلاث طوائف من اصحاب المصلحة الرئيسيين في القطاع المصرفي، هم: المشاركون في السوق، العملاء، والمستثمرون. وقد تم تحديد الأبعاد الثلاثة للمؤشر وفقاً للآتي (Deloitte, 2014):

$$\text{درجة سمعة أصحاب المصلحة} = \text{التصنيفات المصرفية لوكالات الائتمان} + \text{نمو الودائع} + \text{عوائد أسهم البنوك}$$

ويتم حساب الابعاد الثلاثة في هذا المؤشر باستخدام درجات التصنيف الائتماني طويل الأجل من وكالات الائتمان الرئيسية على مقياس يتراوح درجاته من (1-16) حيث يتم حساب قيم النقاط للأبعاد الثلاثة للمؤشر وفقاً للآتي:

- تقسيم النتائج المصرفية لكل مؤشر إلى عشر شرائح للمجموعة بأكملها في سنة ما.
- يكون وسيط المجموعة ذات قيمة صفرية (محايد).
- كل درجة فوق الوسيط للأبعاد الثلاثة تتراوح من (+1 إلى +5)، في حين أن كل درجة اقل من الوسيط تتراوح قيمتها من (-1 إلى -5) لكل بعد، ومن (-15 إلى +15) لجميع المؤشرات الثلاثة، وهو ما يمثل مخاطر سمعة المصرف المقاسة بالنقاط. ولكن هناك عدة انتقادات وجهت لهذا المؤشر، من أبرزها الصعوبات التي تواجه حساب الأبعاد الثلاث له، فضلاً عن الاقتصار في نهاية المطاف على عوائد الأسهم أي الارباح، والتي يمكن أن تكون غير كافية أو غير معبرة بدقة عن السمعة المصرفية. يضاف إلى ذلك أن هذا المؤشر لو قبل فإنه يقتصر على القطاع المصرفي دون غيره، ومن ثم فهو لا يصلح استخدامه في كافة منظمات الأعمال.



2- مؤشر القيمة السوقية والقيمة المالية للمنظمات:

حاولت بعض الدراسات التي قدمت بخصوص قياس مخاطر السمعة، خلال الحقبة الثانية من الألفية الميلادية الثالثة، النظر إلى السمعة ليس فقط على أنها مشكلة ولكن كأصل يساهم في زيادة الأداء. ومن حاول القائمون بها دراسة العلاقة بين المؤشر المقترح لمخاطر السمعة ودرجة سمعة المساهمين وأداء المنظمة- بالتطبيق على القطاع المصرفي أيضاً في دول أوروبا الوسطى والشرقية- ولذا تم استخدام نموذج بيانات لوحة (GMM) الديناميكية، ومن خلال البيانات المصرفية الفردية من قاعدة بيانات (Bank Scope Orbis). واقترحت تلك الدراسة أنه يجب على المصارف التعامل مع مخاطر السمعة كفتة منفصلة من المخاطر وتحليلها خارج إطار المخاطر التشغيلية وحوكمة الشركات (BIS, 2017).

وعلى الرغم من أن مخاطر السمعة تمثل تحدياً في القياس الكمي، إلا أنها ترتبط بشكل كبير بأداء وتصورات أصحاب المصالح، علماً بأن هذه الآراء والتصورات ذاتية في طبيعتها، إلا أنها تنشأ نتيجة لأداء البنوك وأنشطتها. وسيؤثر الفشل في تلبية هذه التوقعات بشكل سلبي على تصور البنك ويؤدي إلى فقدان سمعته. فمخاطر السمعة تحدث عندما لا يلبي أداء المصرف توقعات أصحاب المصالح، في حين تحدث فرصة السمعة كلما تجاوز أداء المصرف توقعات المساهمين. ويعزى الأداء الفعلي المنخفض في الغالب إلى المنتجات أو الخدمات السيئة، أو انخفاض الأرباح، أو من تقارير السوق الخاطئة.

وتركز تلك الدراسة على أن قياس مخاطر السمعة يمكن أن يشار له، بالفرق بين الخسارة المباشرة للمصرف والخسارة في القيمة السوقية له. وفي نفس الوقت يمكن أيضاً اعتبار أي خسائر في قيمة المساهمين- بعد الحدث الأول- بمثابة خسائر في السمعة. وذلك من منطلق أن الأحداث المتعلقة بالسمعة لها تأثير يمكن قياسه من خلال القيمة السوقية المصرفية والقيمة المالية لذات المصرف (Ferreira S., 2015).

وبالنسبة للعلاقة بين رأس المال والتقدير الكمي لمخاطر السمعة- على مستوى المنظمات المالية- لم يتفق المسئولين عن هذا القطاع من المنظمات بعد، على ان ضرورة الاحتفاظ برأس مال إضافي يمكن من التحوط ضد مخاطر السمعة كباقي أنواع المخاطر المصرفية. كما أنه في واقع الأمر فإن القياس بالفرق بين الخسارة المباشرة والخسارة في القيمة السوقية، يعتبر تركيزاً على مؤشر الربحية أو العائد على الأسهم فقط، وهو الأمر الذي يعتبر غير كافٍ للتعبير عن مخاطر السمعة بطبيعتها الحال.

3- مقياس التعرض المستمد من اتفاقية بازل III:

أفادت المبادئ الإرشادية الخاصة برأس المال المصرف لاتفاقية (بازل III)، أنه بمجرد أن يحدد المصرف التعرضات المحتملة والناشئة عن مخاوف تتعلق بالسمعة، يجب أن يقيس مقدار الدعم الذي يتعين عليه تقديمه، أو الخسائر التي قد يتعرض لها في ظل ظروف السوق المعاكسة، وذلك من أجل تجنب الإضرار بالسمعة والحفاظ على ثقة السوق. وفي سبيل ذلك ينبغي على المصرف أن يطور منهجياته لقياس تأثير مخاطر السمعة بأكثر قدر ممكن من الدقة، شأنها شأن أنواع المخاطر الأخرى الذي قد يتعرض لها (وهي الائتمان والسيولة والسوق والتشغيل).

وفي المقابل لم تقدم أي من اتفاقيات (بازل) للمنظمات المالية أية مؤشر لقياس مخاطر السمعة تحديداً، وتم الاكتفاء في (بازل III) بالإشارة إلى نسبة الرافعة المالية، التي تضع رأس المال (في البسط) مقسوماً على مقياس التعرض (في المقام)، مع الإشارة إلى أن هذه نسبة مئوية، يتم حسابها في نهاية كل ربع سنه، ويتكون مقياس التعرض للمصرف من مجموع العناصر التالية (نبيل، 2021/2020، ص.ص: 113-148):

- تعرضات الميزانية العمومية.
- التعرض المشتق.
- التعرض لعمليات تمويل الأوراق المالية.
- البنود خارج الميزانية العمومية.

هذا وتعتبر قد فشلت لجنة (بازل) للرقابة المصرفية - (Basel Committee on Banking Supervision) - في إيجاد مقياس لمخاطر السمعة المصرفية في اتفاقياتها الثلاث التي قدمت، عبر السنوات الماضية، وينتظر أن تقدم بشأنها الجديد في الاتفاقية الرابعة لها التي لم يعن عنها بعد حتى الآن.

هذا يعتبر من أبرز ما جاء بالدراسات الرائدة التي تناولت موضوع سمعة المنظمات سواء المالية أو غير المالية، حيث كانت معظمها تركز على ما يعرف بمقاييس المشاعر اليومية، التي تنوعت عناصرها من دراسة لأخرى. بينما تناولت أخرى بعض المؤشرات الكمية، كدرجة سمعة أصحاب المصالح أو المؤشر الوحيد ذو الأبعاد الثلاثية، ومؤشر قياس الأرباح من خلال الخسارة في القيمة السوقية والقيمة المالية، وقياس التعرض المستمد من اتفاقية (بازل) للرقابة المصرفية الأخيرة. وكلها صادفت العديد من الانتقادات، لما شابها من قصور في التعبير



المباشر عن هذا النوع من المخاطر، أو ارتكازها على أوزان ترجيحية يدخل فيها عنصر التقدير ولا تعكس الواقع بدقة.

رابعاً: التصور المقترح للقياس الكمي والمحاسبي التحليلي لمخاطر السمعة: في مقابل ما تقدم تأتي فلسفة تصور الباحثة لقياس هذا النوع من المخاطر، اعتماداً على تطوير بعض القياسات السابق تقديمها دون اكتمال أو إضافة ما يناسب أبعاد سمعة المنظمات التي قدمتها في مدخل بحثها. حيث تعتمد في قياسها على المزج بين المتطورين الكمي والمحاسبي، ويرتكز على تحليل أبعاد مفهوم سمعة المنظمة من ناحية، ودور أصحاب المصالح من ناحية أخرى. فقد أوضحت الباحثة – في مكان متقدم من بحثها هذا – أن مخاطر السمعة تتأسس على ثلاثة محاور، تمثل في تحليلها سلسلة سببية يكون دعائمها أصحاب المصالح الحقيقيون – وهم العملاء والمستثمرون والموردون ومجلس الإدارة جهة الاشراف – ويكون أركانها ناتجة عن المبيعات (سواء منتجات أو خدمات) والأرباح أو الخسائر التشغيلية، وكلها تمثل العلاقة بين التغيرات اليومية والمتتالية في مؤشر التغيرات غير العادية في العمليات التشغيلية.

وعلى ذلك يتشكل المقياس من بعد كمي لقياس العوائد غير الطبيعية لمخاطر السمعة على أساس الخسارة التشغيلية، وبعد محاسبي تحليلي وصولاً للمعلومات التي يحتاجها أصحاب المصالح، من خلال التحليل الأفقي لمقارنة عناصر القوائم المالية لعدد من السنوات فيما يتعلق بالمبيعات والأرباح والمديونية أو الدائنية. ثم التحليل الرأسي خلال الفترة الزمنية للوقوف على نسبة العائد على الأصول بصفة دورية. ويعتمد في كل ذلك على قاعدة البيانات التي يجب توفيرها لكل منظمة عن فترات قريبة ومتتالية لتصل حتى اليوم الواحد. على ان يتكامل البعد الكمي والبعد المحاسبي التحليلي معاً، على النحو التالي:

البعد الأول (الكمي) – ويتم فيه قياس العوائد غير الطبيعية بسبب مخاطر السمعة على أساس الخسارة التشغيلية، من خلال علاقة كمية تعكس العائد غير الطبيعي للمنظمة في اليوم والمعدل بمبلغ الخسارة الإسمي. حيث يتم قسمة الخسارة التشغيلية المعلن عنها للمنظمة، على القيمة السوقية للمنظمة في نفس الوقت، ويتم إضافتها للعائد غير الطبيعي لنفس الفترة. وذلك وفقاً للعلاقة رقم (1) التالية:

$$AR(Rep) = AR_{it} + \frac{op\ loss\ i}{Market\ Cap\ i} \dots\dots\dots (1)$$

حيث ان:

$$\begin{aligned} \text{AR (Rep)} &= \text{العائد غير الطبيعي للمنظمة (i) في اليوم (t) المعدل بمبلغ الخسارة الاسمي} \\ \text{AR}_{it} &= \text{العائد غير الطبيعي (i) في اليوم (t).} \\ \text{op Loss}_i &= \text{الخسارة التشغيلية المعلنة للمنظمة (i) في اليوم (t).} \\ \text{Market Cap}_i &= \text{القيمة السوقية للمنظمة (i) في اليوم (t).} \end{aligned}$$

ثم بعد ذلك يتم حساب متوسط العوائد غير الطبيعية المعدلة خلال فترة زمنية ما من خلال مجموع ما يتحصل عليه في عدد من الأيام - يفضل لا يزيد عن شهر - وقسمتها على عدد الأسهم وصولاً لنصيب السهم من هذه العوائد غير الطبيعية، متأثراً بقيمة السمعة سواء الموجبة أو السالبة موضوع القياس، وذلك توضحها العلاقة رقم (2) التالية:

$$\text{AAR (Rep)} = \frac{1}{n} \sum \text{AR (Rep)}_{i,t} \dots\dots\dots (2)$$

حيث ان:

$$\begin{aligned} \text{AAR (Rep)} &= \text{متوسط العوائد غير الطبيعية المعدلة بالخسارة الاسمية.} \\ n &= \text{عدد اسهم المنظمة (i) في الفترة (t).} \end{aligned}$$

ويأتي بعد ذلك حساب المتوسط التراكمي للعوائد غير الطبيعية للمنظمة المعدل بالخسائر الإسمية لفترة قياس الحدث المحددة مسبقاً وهي كل شهر اي مدى ثلاثون يوماً سواء بالموجب أو السالب بتجميعها، وذلك ما توضحه العلاقة رقم (3) التالية:

$$\text{CAAR (Rep)} (t_1, t_2) = \frac{1}{n} \sum \text{CAR (Rep)}_i (t_1, t_2) \dots\dots\dots (3)$$

حيث ان:

$$\begin{aligned} \text{CAAR (Rep)} &= \text{المتوسط التراكمي للعوائد غير الطبيعية المعدل بالخسائر الاسمية خلال فترة القياس.} \\ \text{CAR (Rep)}_i &= \text{متوسط العوائد غير الطبيعية المعدل بالخسائر في المنظمة (i).} \end{aligned}$$

وبذلك يكون الشق الأول من قياس مخاطر السمعة للمنظمات قد اكتمل، حيث يتم الوصول إلى المتوسط التراكمي للعوائد غير الطبيعية للمنظمة خلال فترة زمنية، سواء بالإيجاب أو بالسلب، ومن ثم معدل العوائد غير الطبيعية بالنسبة للسهم الواحد. وهو ما يتعلق بأصحاب المصالح من المستثمرين والمشرفين من مجلس الإدارة - على اقل تقدير - ويستكمل بالشق الثاني من القياس، وهو:



البعد الثاني (المحاسبي التحليلي) – حيث يتم من خلاله قياس مدى جودة سمعة الأداء المالي والاداري للمنظمة، لخدمة أصحاب المصالح من العملاء والموردين وأيضاً مجلس الادارة المشرف على النشاط. وذلك في الفترة ذاتها محل القياس الكمي، وذلك باستخدام المعايير والمؤشرات المالية التقليدية ذات الارتباط، وهي:

- معايير السيولة... وذلك لقياس التوازن المالي في المنظمة، أو تحقيق التناسق والتناسب بين الاستخدامات قصيرة الأجل والموارد قصيرة الاجل، وهو ما يعكس القدرة المالية للمنظمة على السداد، وهي المعايير التي تتعلق برأس المال العامل بأشكالها المختلفة لتبيان مدى سمعة المنظمة المالية في عمليات السداد للموردين أو الدائنين في المواعيد المحددة.

- معايير قياس ربحية المبيعات.. للوقوف على مدى كفاية صافي إنتاجية مبيعات المنظمة في صورة أرباح، مما يعكس سمعة المنظمة في عيون المنافسين، ورغبات العملاء المتزايدة، وذلك فضلاً عن حساب العائد على الاستثمار لنفس فترة القياس للوقوف على إمكانية المنظمة في سداد مستحققاتها في حينه، والأثر على سمعة المنظمة من وجهة نظر أصحاب المصالح.

- معايير قياس كفاءة استخدام الأموال.. وذلك للحكم على مدى نجاح الإدارة في استخدامها للأموال أو فشلها. ويتم هنا دراسة رأس المال العامل خلال فترة القياس من حيث كفايته وكفاءته وإنتاجيته وربحيته.

- معايير ومؤشرات غير مالية.. كمعدل دوران العمالة بالمنظمة خلال الفترة موضوع القياس، ونسبة العمالة الماهرة إلى إجمالي عدد العاملين، ومقدار الانفاق على عمليات التدريب والتعلم للعاملين، ونسبة مصروفات الأبحاث، وقياس مدى اضطلاع المنظمة بالمسئوليات الاجتماعية للعاملين خلال نفس الفترة.

يضاف إلى ما تقدم، عمليات التحليل الأفقي(المتحرك) خلال عدة فترات متماثلة، والتحليل الرأسي (الثابت) لنفس الفترة، للعناصر ذات الصلة بعملية سمعة المنظمة. ويضاف إلى ذلك في حالة المنظمات المالية الشق الثالث من القياس، والذي يتعلق بالمخاطر الرئيسية التي تواجه هذا النوع من التنظيمات نوع إضافي من القياسات أو بعد ثالث يناسب طبيعة تلك المنظمات وهو:

البعد الثالث (خاص بالمنظمات المالية) – عند قياس مخاطر السمعة للمنظمات المالية فإن الأمر يكون حساساً لدرجة كبيرة، لأن الاثر قيد يترتب عليه اهتزاز كبير لدى المودعين أو المتعاملين في الحسابات النقدية، ولن يقتصر الأمر عن الاحجام عن الشراء أو التعامل مع

المنظمة، كما هو الحال في القطاعات الانتاجية والخدمية الأخرى. لذا يمكن تزويد القياس الكمي والمحاسبي التحليلي بقياس المخاطر الأخرى والتصنيف الدولي الخاص بالبنوك والذي يطلق عليه نموذج (CAMELS)، وذلك على النحو التالي:

(أ) قياس المخاطر الرئيسية التي تواجه المنظمات المالية: ويعكس ذلك ما يلخصها الجدول رقم (1) التالي:

جدول رقم (1)
قياس المخاطر الرئيسية للمنظمات المالية

نوع الخطر	المقياس الذي يعبر عنه
خطر الائتمان	مخصص خسائر القروض/ إجمالي القروض
خطر السيولة	إجمالي الودائع / إجمالي الأصول
خطر سعر الفائدة	الأصول الحساسة لسعر الفائدة/ إجمالي الأصول
خطر رأس المال	إجمالي حقوق الملكية / إجمالي الأصول
خطر التشغيل	إجمالي المصروفات/ عدد العاملين

على أن تحسب هذه المؤشرات خلال فترة القياس، حتى يستشف منها مدى تأثير المنظمة المالية بأي من هذه المخاطر، لخدمة أصحاب المصالح.

(ب) استخدام نموذج (CAMELS) وهو تصنيف دولي خاص بالمنظمات المالية من خلاله يتم تقييم إدارة المنظمة المالية للهيكل العام لها وذلك من خلال ستة عوامل رئيسية هي:

- كفاية رأس المال.
- جودة الأصول.
- جودة الإدارة.
- جودة الأرباح.
- السيولة.
- الحساسية تجاه مخاطر السوق.

ويشير هذا النموذج باعتباره مؤشراً سريعاً لتقييم الوضع المالي لأي منظمة مالية ومعرفة درجة تصنيفها. فضلاً عن كونه أحد وسائل الرقابة المباشرة لأن مكوناته تعكس الأداء المالي والأداء الإداري في آن واحد. حيث مقياس كل عامل مما سبق بمتوسط يرجح بأخذ درجات من (1-5)، ليكون الرتبة رقم واحد أفضل تصنيف والرتبة رقم خمسة هي أدنى تصنيف. ويوضح الجدول رقم (2) التالي. مثلاً لتفسير مؤشرات هذا النموذج:



جدول رقم (2)
مثالاً تفسيراً لمؤشرات نموذج (CAMELS)

الوصف	التصنيف	مدى الرتبة	الرتبة
المنظمة جيدة من جميع الجوانب	قوي	1 - 1.4	1
المنظمة جيدة ولكن بها عدد من نقاط الضعف	مرضى	1.5 - 2.4	2
لدى المنظمة نقاط ضعف مالية أو تشغيلية أو تتعلق بالامتثال تعكس أسباباً للقلق الاشرافي.	معقول	2.5 - 3.4	3
لدى المنظمة نقاط ضعف مالية خطيرة قد تضرر بالقدرات المستقبلية لنموها.	هامشي	3.5 - 4.4	4
لدى المنظمة نقاط ضعف مالية حرجة تغطي احتمالية عالية للفشل في المستقبل القريب.	غير مرضي	4.5 - 5	5

هذا ويمكن في نهاية المطاف عمل نموذج ارتباط لمخاطر السمعة، يحاول أن يكشف محصلة الأبعاد السابقة، ليكون مقياساً للقيمة المتوقعة لهذا النوع من المخاطر في المنظمة، يتم مطابقته بالواقع الفعلي، مع تحديد التغيرات الصاعدة والهابطة كل فترة، ومن ثم الإفصاح عنه لأصحاب المصالح لاتخاذ ما يلزم من قرارات بصورة مدعومة بالدراسة الرقمية أو الكمية. وهو ما يصب الايجاب في كل الأحوال عند قيام أصحاب المصالح باتخاذ قراراتهم تجاه المنظمة. وتحاول الباحثة في البند التالي من دراستها اختبار هذا التصور ميدانياً على عينة من بيئة الأعمال المصرية، للوقوف على مدى التوافق مع النتائج النظرية للدراسة أي قبوله كمقياس مقبول لمخاطر السمعة في المنظمات.

خامساً: دراسة ميدانية لاختبار مدى التوافق على المدخل المقترح لقياس مخاطر السمعة:

تهدف الباحثة هنا إلى اختبار مدى قبول التصور المقترح لقياس مخاطر السمعة في ظل مفهومها القائم على سلسلة سببية يكون أصحاب المصالح لهم دور بارز فيها، هذا التصور الذي يقوم على المزج بين المدخل الكمي والمدخل المحاسبي التحليلي، وذلك بالنسبة لمجتمع أصحاب المصالح، ممثلين في الطوائف الرئيسية لهم وهم: المستثمرون (وينوب عنهم وكلاء القيد المعتمدين لدى هيئة الرقابة المالية أو السماسرة الماليون)، والعملاء والموردين (وينوب عنهم المحللون الماليون أو مكاتب الاستشارات المالية)، ومجالس الإدارات أي المشرفين على إدارة المنظمات (وينوب عنهم مديرو إدارة المخاطر بمنظمات الأعمال الكبرى المسجلة بالبورصة المصرية). وهكذا يتكون مجتمع الدراسة الميدانية من أصحاب المصالح ذوي الصلة بالمنظمات والمهتمين بمخاطر السمعة إلى حد كبير.

وذلك لاختبار فروض الدراسة الثلاثة (الصفيرية أو العدمية) - وفقاً للفلسفة التي يقوم عليها التحليل الاحصائي للبيانات بوجه عام - التالية:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقصي منهم على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال (وفقاً لتصور الباحثة).

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقصي منهم على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط منها.

3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقصي منهم على أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح لتدعيم قرارات أصحاب المصالح.

والذي يكون في حال رفضها - وفقاً للنظرية الإحصائية في التحليل - قبول الفرض العكسي مباشرة وهو الفرض البديل. وقد اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على أسلوب الاستقصاء، حيث صممت استمارة استقصاء تتضمن ثلاثة محاور، تتوافق مع فروض الدراسة إلى حد بعيد، كل منها ينطوي على عدد من الأسئلة. يتم الإجابة عليها بنظام أسلوب مقياس (ليكرت) الخماسي، الذي يمكن من خلاله تحويل الإجابات غير المقاسة إلى إجابات مقاسة يسهل التعامل معها عند التحليل الاحصائي للبيانات، حيث تكون



الاجابات (موافق بشدة - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق بشدة) وذلك وفقاً للأوزان الرقمية لكل منها (ويظهر ذلك من التحليل اللاحق).

وقد تخيرت الباحثة عينة الدراسة من المجتمع المشار له مسبقاً بشكل عشوائي، من المفردات القريبة لمقر عملها وسكنها بقدر الامكان. وعلى النحو التالي:

(أ) ستة مكاتب كبرى من ذوي السمعة الطيبة في المجال، كوكلاء للقيود معتمدين لدى هيئة الرقابة المالية (أو مكاتب للسمسرة). هي مكاتب شركة التجاري الدولي للسمسرة بالدقي بالجيزة، وشركة دايناميك لتداول الأوراق المالية بالمهندسين بالجيزة، وشركة مترو لإدارة سجلات وتداول الأوراق المالية بالمعادي بالقاهرة، وشركة العمالقة لتداول الأوراق المالية بالمهندسين بالجيزة، وشركة برايم لتداول الأوراق المالية بالمهندسين بالجيزة، شركة اتش سي لتداول الأوراق المالية بالمهندسين بالجيزة. وتم ارسال لهم عدد (120) استثمار استقصاء بواقع عشرون استثمار لكل منها.

(ب) ستة مكاتب للتحليل المالي أو الاستشارات المالية من ذوي السمعة الطيبة في المجال، كوكلاء للقيود معتمدين لدى هيئة الرقابة المالية (أو مكاتب للاستشارات المالية). وهي: مكتب دكتور سمير عبيد مستشار اقتصادي وخبير استثمار بالقاهرة، والمجموعة الاستشارية للنظم المحاسبية بالقاهرة، وشركة منصور وشركاهم بريس وتر هاوس كوبرز بالمعادي بالقاهرة، ومكتب حازم حسن محاسبون قانونيون ومستشارون طريق مصر/ اسكندرية الصحراوي، بنك الاستثمار القومي بالقاهرة، ومكتب المستشار المالي إيهاب إبراهيم وسامي مقلد بمصر الجديدة بالقاهرة، ومكتب حسام فهمي للاستشارات بالمعادي بالقاهرة. وتم ارسال لهم عدد (120) استثمار استقصاء بواقع عشرون استثمار لكل منها.

(ج) مديرو إدارة المخاطر ومن في مستواهم لعدد خمس من منظمات الأعمال الكبرى الصناعية، والمقيدة في بورصة الأوراق المالية المصرية والتي وافقت على المشاركة. وهي: شركة السويس للأسمنت، وشركة البويات والصناعات الكيماوية (باكين)، وشركة النساجون الشرقيون للسجاد، وشركة مصر للزيوت والصابون، والمصرية للأغذية (بسكو مصر). وتم ارسال لهم عدد (60) استثمار استقصاء بواقع عدد (12) استثمار لكل منها.

ويوضح الجدول رقم (3) التالي بيان تفصيلي بالاستثمارات المرسلّة والردود الواردة من عينة الدراسة، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (3)

بيان بالاستثمارات المرسلّة والردود الواردة من العينة

عينة الدراسة والفئات الممثلة	الاستثمارات المرسلّة	الاستثمارات غير الصالحة	الاستثمارات الصحيحة	نسبة الايجاب
المستثمرون (مكاتب السمسة).	120	17	103	%85.8
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	120	21	99	%82.5
المشرفون (مديرو إدارة المخاطر)	60	13	47	%78.3
الاجمالي	300	51	249	%83

وترى الباحثة أن نسبة الإيجاب التي حصلت عليها من عموم الاستقصاء وهي 83%، كافية بدرجة معقولة جداً، لاستخدام بياناتها كأساس للتحليل الاحصائي والاستدلالي، والوصول إلى نتائج يعتد بها.

❖ نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

1- اختبار إمكانية الاعتماد على آراء المستقصي منهم في قياس متغيرات الدراسة: يمكن التحقق من مدي إمكانية الاعتماد على آراء المستقصي منهم في قياس متغيرات الدراسة من خلال التحقق من مدي ثبات وصدق اسئلة قائمة الاستقصاء المستخدمة في الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (ألفا) (96 %) لقائمة الاستقصاء في الجدول رقم (4)، وتدل هذه القيمة النسبية على مستوي عال من ثبات أداة القياس لكونها أعلى من النسبة المقبولة إحصائياً لقيمة (ألفا) وهي (70%) كحد أدني، لذا يمكن القول ان أداة الدراسة موثوقة ويمكن الاعتماد عليها لأغراض تحليل البيانات واختبار الفروض.



جدول رقم (4)

نتائج معاملي ثبات وصدق اسئلة قائمة الاستقصاء

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.962	16

2- اختبار التوزيع الطبيعي باستخدام (اختبار كولمجروف - سمرنوف)

فقد استخدمت الباحثة اختبار كولمجروف - سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع

الطبيعي أم لا؟ ويوضح الجدول رقم (5) نتائج الاختبار حيث ان قيمة sig اقل من 0.05

أي أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات اللامعلمية.

جدول رقم (5)

(1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

قيمة مستوي الدلالة	قيمة Z	عدد العبارات	متغيرات الدراسة
0.002	1.860	6	1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقضي منهم على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال.
0.000	2.246	5	2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقضي منهم على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط لها.
0.000	2.180	5	3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقضي منهم على أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح لتدعيم قرارات أصحاب المصالح.

وفي ضوء أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي فإن الاختبارات الاحصائية المناسبة

لتحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج SPSS الاحصائي، والتي تعتمد على نوعية

البيانات المراد تحليلها، وتعتبر أهم الأساليب التي سيتم استخدامها لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها، ما يلي:

➤ الإحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics):

وتستخدم تلك الأساليب من معرفة خصائص عينة الدراسة باستخدام:

- التكرارات والنسب المئوية.

- حساب المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكرت المستخدم في الإجابة عن أسئلة كل محور داخل قائمة الاستقصاء لتحديد فئة الموافقة على كل سؤال داخل القائمة من قبل المستقضي منهم.

ولتحديد طول فترة مقياس ليكرت (الخماسي) الحدود الدنيا والعليا المستخدم في محاور الدراسة تم حساب المدى (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول فئة الموافقة أي (0.8=5/4). وبناء عليه فإن الجدول رقم (6) التالي يوضح فئات المتوسط الحسابي المرجح وما يقابلها من درجة التواجد أو درجة الموافقة:

جدول رقم (6)

فئات المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكرت لتحديد درجة الموافقة

درجة الموافقة	فئات المتوسط الحسابي المرجح
غير موافق تماما	من 1- أقل من 1.80
غير موافق	من 1.80- أقل من 2.60
محايد	من 2.60- أقل من 3.40
موافق	من 3.40- أقل من 4.20
موافق تماما	من 4.20 - 5

- الانحراف المعياري: حيث يعد الانحراف المعياري من أفضل مقاييس التشتت الإحصائي، ويستخدم في تحليل استجابات المستقضي منهم عند الإجابة على كل سؤال في قائمة الاستقصاء لتحديد مدي انحرافها عن متوسطها المرجح.

➤ الإحصاءات التحليلية:

- اختبار الفا كرونباخ (Cronbach`s Alpha): لاختبار ثبات أداة القياس، لأسئلة الاستقصاء وذلك للتحقق من امكانية الاعتماد على نتائج الاستقصاء في قياس متغيرات الدراسة لإجراء التحليل الإحصائي للتحقق من صحة فروض الدراسة التي تربط بين المتغيرات.



- اختبار التوزيع الطبيعي باستخدام (اختبار كولمجروف – سمرنوف). وذلك لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؟ وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.
- اختبار كروسكال واليس (وهو اختبار لا معلمي وهو بديل عن تحليل التباين (ANOVA) يصلح في حالة البيانات التي لا تخضع للتوزيع الطبيعي، وهو اختبار معنوية الفروق بين ثلاث فئات مستقلة فأكثر من فئات العينة.

3- قياس متغيرات الدراسة من خلال استجابات المستقصي منهم:

- أ- تحديد مستوي آراء المستقصي منهم حول مدى التوافق على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة يمكن أن تصيب منظمات الأعمال:

الجدول رقم (7)

توصيف آراء المستقصي منهم حول مدى التوافق على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة

الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	العبارات	
0.833	4	3.91	تمثل مخاطر السمعة في مخاطر الدعاية السلبية التي تؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة والثقة فيها من قبل أصحاب المصالح.	1/1
0.872	3	3.96	تعتبر مخاطر السمعة انعكاس للتغير في سلوك أصحاب المصالح الناتج عن تدهور تصوراتهم تجاه المنظمة، وهي بمثابة مخاطر المخاطر.	1/2
0.739	5	3.84	تنشأ مخاطر السمعة من الفجوة بين توقعات أصحاب المصالح وسلوك منظمات الأعمال الفعلي من حيث تصرف المنظمة مع المنافسين أو العملاء أو الجمهور بوجه عام.	1/3
0.855	6	3.73	تزداد مخاطر السمعة أهمية للمنظمات بسبب ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والعولمة، هذا فضلاً عن حدوث بعض الخسائر التشغيلية والتحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة.	1/4

0.767	2	3.98	على منظمات الأعمال أن تهتم بالحد من مخاطر السمعة التي تحدث وأيضاً المتوقع حدوثها، وليس فقط التركيز على محو التهديدات للسمعة التي ظهرت بالفعل.	1/5
0.687	1	4.21	تعرف مخاطر السمعة بإيجاز بأنها مخاطر الخسارة المالية للمنظمة الناتجة عن تدهور سمعتها السوقية، بالرغم من صعوبة قياس تلك الخسارة المالية بدقة.	1/6
0.74006		3.9391	مستوي آراء المستقصي منهم بشأن حول مدى التوافق على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة الذي يمكن أن تصيب منظمات الأعمال.	

يتضح من الجدول السابق رقم (7) ما يلي:

أشارت غالبية هذه العبارات من جانب المستقصي منهم بالموافقة على مدى التوافق على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة يمكن أن تصيب منظمات الأعمال وفقاً لمفهوم الباحثة في هذا الشأن، حيث ان المتوسط الحسابي 3.94، يقع في الفئة (من 3.40 - أقل من 4.20) من فئات المقياس المستخدم، وأن الانحراف المعياري لجميع العبارات في ذلك المحور أقل من الواحد الصحيح، وذلك يؤكد على توافق آراء المستقصي منهم في عينة الدراسة. وتقدم الباحثة تحليلاً لكل عبارة منها كما يلي:

- سجلت آراء المستقصي منهم مستوي أعلى في الموافقة في العبارة رقم (1/6) والتمثلة في "تعرف مخاطر السمعة بإيجاز بأنها مخاطر الخسارة المالية للمنظمة الناتجة عن تدهور سمعتها السوقية، بالرغم من صعوبة قياس تلك الخسارة المالية بدقة"، حيث حصلت على متوسط حسابي 4.21 وانحراف معياري 0.687، من وجهة نظر غالبية فئات العينة، ويليها العبارة رقم (1/5) المتمثلة في "على منظمات الأعمال أن تهتم بالحد من مخاطر السمعة التي تحدث وأيضاً المتوقع حدوثها، وليس فقط التركيز على محو التهديدات للسمعة التي ظهرت بالفعل". حيث حصلت على متوسط حسابي 3.98 وانحراف معياري 0.767 ويليها العبارة رقم (1/2) المتمثلة في "تعتبر مخاطر السمعة انعكاس للتغير في سلوك أصحاب المصالح الناتج عن تدهور تصوراتهم تجاه المنظمة، وهي بمثابة مخاطر المخاطر" حيث حصلت على متوسط حسابي 3.96 وانحراف معياري 0.872 وهذا يعني مدى الاهتمام بموضوع مخاطر السمعة من قبل أصحاب المصالح، والصعوبات التي يعانون منها في محاولة قياسها أو العثور على دلالات لها حتى يمكن التحوط لها مسبقاً. فضلاً عن شبه الاتفاق على مدلول هذا النوع من المخاطر والاحساس به دوماً والذي يصعب تحديده أو لمسه مقدماً.



- يلي ذلك العبارة رقم (1/1) المتمثلة في "تتمثل مخاطر السمعة في مخاطر الدعاية السلبية التي تؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة والثقة فيها من قبل أصحاب المصالح"، حيث حصلت على متوسط 3.91 وانحراف معياري 0.833 وهو ما يعني أن أصحاب المصالح يحاولون القاء المسؤولية برمتها على المنظمات التي لا تفصح عن قياس لخطر السمعة بها حتى يتحوط له أصحاب المصالح.

- ثم العبارة رقم (1/3) المتمثلة في أن تنشأ مخاطر السمعة من الفجوة بين توقعات أصحاب المصالح وسلوك منظمات الأعمال الفعلي من حيث تصرف المنظمة مع المنافسين أو العملاء أو الجمهور بوجه عام.. حصلت على اقل متوسط 3.84 وانحراف معياري 0.739 وهي تعكس تأكيد لرأي أصحاب المصالح في اتهامهم للمنظمات بالقصور في هذا المجال، كما ورد بالعبارة السابقة.

- أخيراً سجلت آراء المستقصي منهم مستوي الموافقة في العبارة رقم (1/4) والمتمثلة في "تزداد مخاطر السمعة أهمية للمنظمات بسبب ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والعولمة، هذا فضلاً عن حدوث بعض الخسائر التشغيلية والتحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة"، حيث حصلت على متوسط حسابي 3.73 وانحراف معياري 0.855 حيث لم تلق اهتماماً ملحوظاً في السلسلة السببية لتعريف مخاطر السمعة كالعبارات السابقة لها.

ومما سبق يتضح أن غالبية مفردات فئات العينة تشير إلى مدى التوافق على أن طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة الذي يصيب منظمات الأعمال، يمكن أن يمثل في سلسلة سببية تبدأ التصورات السلبية لأصحاب المصالح (أياً كان مصدرها)، ينتج عنه حدوث تغير في سلوكهم للأسوأ تجاه المنظمة، ويترتب على ذلك خسارة مالية لها. وهو ما كانت الباحثة قد أخذت به عند عرض مفهومها لمخاطر السمعة في منظمات الأعمال في مستهل بحثها هذا.

ب- تحديد مستوي آراء المستقصي منهم حول مدى التوافق على قبول التصور المقترح من الباحثة لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال (بعد عرضه بإيجاز على المستقصي منهم):

الجدول رقم (8)
توصيف آراء المستقصي منهم حول مدى التوافق
على قبول التصور المقترح
لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال

الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	العبارات	
.6670	4	3.82	هناك محاولات لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال باستخدام المقاييس الشائعة كمقاييس المشاعر اليومية ودرجة سمعة أصحاب المصلحة وخسائر القيمة السوقية للأسهم، ولكنها لم ترق إلى قياس مقبول قبولاً عاماً.	2/1
.8010	2	3.94	إن قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال يمكن أن يقوم على التصورات الإيجابية أو السلبية لأصحاب المصالح الخارجيين، ولكن هذا أمر يصعب قياسه ومن ثم الإفصاح عنه.	2/2
.8570	5	3.68	يتجه اهتمام البعض الآن لقياس سمعة منظمات الأعمال من خلال قوائم تتضمن عدد من العناصر أو المكونات مع إعطاء أوزان نسبية لكل منها وكما كبر التصنيف الإجمالي كان هذا دليلاً على تضائل مخاطر السمعة، ولكن هذا القياس يميل إلى التقدير الشخصي والحس العاطفي بحسب القائم بإعطاء الأوزان للعناصر أو المكونات المختلفة مما يضعفه.	2/3
.7280	3	3.83	يعتبر المقياس المقترح لمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال هو الأفضل قبولاً عما سبقه من مقاييس لمخاطر السمعة، نظراً لارتكازه على تقييم التحليل السببي القائم على البعد الكمي والمحاسبي التحليلي في آن واحد.	2/4
.8320	1	4.26	يمكن قبول المقياس المقترح لمخاطر السمعة كمقياس رقمي يعكس مقدار العوائد غير الطبيعية لها مع البعد المحاسبي التحليلي لإدارة تلك المخاطر	2/5



			مسايرة للسلسلة السببية لقرارات أصحاب المصالح. على الأقل في الوقت الراهن.
.714830	3.9044		مستوي آراء المستقضي منهم بشأن مدى التوافق على قبول التصور المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال.

يتضح من الجدول السابق رقم (8) ما يلي:

أشارت غالبية هذه العبارات من جانب المستقضي منهم بالموافقة حول مدى التوافق على قبول التصور المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال المالية وغير المالية، حيث ان المتوسط الحسابي 3.90، يقع في الفئة (من 3.40 - أقل من 4.20) من فئات المقياس المستخدم، وأن الانحراف المعياري لجميع العبارات في ذلك المحور أقل من الواحد الصحيح، وذلك يؤكد على توافق آراء المستقضي منهم في عينة الدراسة، وتقدم الباحثة تحليلاً لكل عبارة من هذه العبارات فيما يلي:

- سجلت آراء المستقضي منهم مستوى أعلى في الموافقة في العبارة رقم (2/5) والتمثلة في "يمكن قبول المقياس المقترح لمخاطر السمعة كمقياس رقمي يعكس مقدار العوائد غير الطبيعية لها مع البعد المحاسبي التحليلي لإدارة تلك المخاطر مسايرة للسلسلة السببية لقرارات أصحاب المصالح. على الأقل في الوقت الراهن"، حيث حصلت على متوسط حسابي 4.26 وانحراف معياري 0.832، من وجهة نظر غالبية فئات العينة، ويليهما العبارة رقم (2/2) المتمثلة في "إن قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال يمكن أن يقوم على التصورات الإيجابية أو السلبية لأصحاب المصالح الخارجيين، ولكن هذا أمر يصعب قياسه ومن ثم الإفصاح عنه". وهذا يدل على مدى قناعة مفردات العينة بضرورة القياس الملموس الذي يعكس فلسفة السلسلة السببية لأصحاب المصالح، ولذا كان التجاوب تجاه التصور المقترح بشكل ملحوظ. نظراً لغياب البديل المقنع. حيث حصلت تلك العبارة على متوسط حسابي 3.94 وانحراف معياري 0.801

- ويليهما العبارة رقم (2/4) المتمثلة في "يعتبر المقياس المقترح لمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال هو الأفضل قبولاً عما سبقه من مقاييس لمخاطر السمعة، نظراً لارتكازه على تقييم التحليل السببي القائم على البعد الكمي والمحاسبي التحليلي في آن واحد". حيث حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي 3.83 وانحراف معياري 0.728

- أما العبارة رقم (2/1) المتمثلة في " أن هناك محاولات لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال باستخدام المقاييس الشائعة كمقاييس المشاعر اليومية ودرجة سمعة أصحاب المصلحة وخسائر القيمة السوقية للأسهم، ولكنها لم ترق إلى قياس مقبول قبولاً عاماً. التي حصلت على متوسط 3.82 وانحراف معياري 0.667 وكذلك العبارة رقم (2/3) المتمثلة في "يتجه اهتمام البعض الآن لقياس سمعة منظمات الأعمال من خلال قوائم تتضمن عدد من العناصر أو المكونات مع إعطاء أوزان نسبية لكل منها وكلما كبر التصنيف الإجمالي كان هذا دليلاً على تضاءل مخاطر السمعة، ولكن هذا القياس يميل إلى التقدير الشخصي والحس العاطفي بحسب القائم بإعطاء الأوزان للعناصر أو المكونات المختلفة مما يضعفه". والتي حصلت على أقل درجة موافقة 3.68 وانحراف معياري 0.857 يدلان على عدم قناعة مفردات العينة محل الدراسة بأهمية القياس التقديري لمخاطر السمعة وفي نفس الوقت عدم الرضا على الأساليب التي قدمت لقياسها من قبل وتتصف بهذه الصفات.

ومما سبق يتضح أن غالبية آراء المستقضي منهم أجمعت بالموافقة حول مدى التوافق على قبول التصور المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال، خاصة وأنه يسمح بالقياس أيضاً للمنظمات المالية. في حين تضاؤل القبول للأساليب التي تقوم على الأوزان النسبية والمشاعر العاطفية، للتخوف من مدى صدقها.

ج - تحديد مستوي آراء المستقضي منهم حول أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات:

الجدول رقم (9)

توصيف آراء المستقضي منهم حول أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات

الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	العبارات
.7950	1	4.19	3/1 بالرغم من أن قياس مخاطر السمعة أمر ليس بالسهولة، إلا أنه يعكس أهمية خاصة عند الإفصاح عنها، لكون عناصر تلك المخاطر يمكن أن تمثل أصولاً بالمنظمات وعجز غير طبيعي (وفقاً لاستقصاء (Deloitte) العالمي لمخاطر السمعة في الشركات والمؤسسات عام 2014م، الذي كشف عن نسبة 41% من المنظمات الخاسرة وتعاني من انخفاض الإيرادات، إنما يرجع إلى عدم مراعاة مخاطر السمعة لها).



3/2	يعتبر النقص في الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال في التقارير المالية بالرغم من الإشارة بأهمية ذلك، أمر يضر بأصحاب المصالح ومن ثم بتلك المنظمات.	4.16	3	.6290
3/3	لقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية في اتفاقيتها الثالثة على ضرورة تصميم مدخل لقياس مخاطر السمعة، وذلك لتجنب الوقوع في أزمات مالية عالمية كما حدث في عام 2008م. وهذا يلقي تأييداً لمختلف المنظمات المالية وغير المالية، بالرغم من صعوبة القياس.	4.04	4	.7260
3/4	لقد اصدرت أيضاً لجنة (COSO) - لجنة دعم التنظيمات بالولايات المتحدة الأمريكية المنبثقة عن مجلس المحاسبين القانونيين الأمريكي - تقريراً عام 2004م، ناشدت فيه بضرورة تبويب المخاطر في مجموعات متجانسة، واقتراح أسلوباً ملائماً للتعامل مع هذه المخاطر، وتقييمها بإعطاء كل منها وزن ترجيحي حتى يمكن قياسها ومن ثم الإفصاح عنها.	4.18	2	.6420
3/5	هناك ضرورة للإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات، يفرضها التوسع في التشغيل الإلكتروني والتحول الرقمي لكافة المنظمات، لما قد يعرضها إلى بعض الأخطاء في التشغيل أو الرقابة أو الاختراق من قبل البعض، على أن يعقب ذلك نوع من الرقابة المستمرة والمراجعة.	4.02	5	.9070
	مستوي آراء المستقضي منهم بشأن أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال.	4.1189		.687450

يتضح من الجدول السابق رقم (9) ما يلي:

أشارت غالبية هذه العبارات من جانب المستقضي منهم بالموافقة بشأن أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال، حيث ان المتوسط الحسابي 4.12، يقع في الفئة (من 3.40 - أقل من 4.20) من فئات المقياس المستخدم، وأن الانحراف المعياري لجميع العبارات في ذلك المحور أقل من الواحد الصحيح، وذلك يؤكد على توافق آراء المستقضي منهم في عينة الدراسة، وفيما يلي توضح الباحثة تحليلاً حول كل عبارة مما سبق:

- سجلت آراء المستقضي منهم مستوى أعلى في الموافقة على العبارة رقم (3/1) والمتمثلة في "بالرغم من أن قياس مخاطر السمعة أمر ليس بالسهولة، إلا أنه يعكس أهمية خاصة عند الإفصاح عنها، لكون عناصر تلك المخاطر يمكن أن تمثل أصولاً بالمنظمات وعجز غير طبيعي (وفقاً لاستقصاء (Deloitte) العالمي لمخاطر السمعة في الشركات والمؤسسات عام 2014م، الذي كشف عن نسبة 41% من المنظمات الخاسرة وتعاني من انخفاض الإيرادات، إنما يرجع إلى عدم مراعاة مخاطر السمعة لها)". حيث حصلت على متوسط حسابي 4.19 وانحراف معياري 0.795، من وجهة نظر غالبية فئات العينة، يليها العبارة رقم (3/4) المتمثلة في "لقد اصدرت أيضاً لجنة (COSO) - لجنة دعم التنظيمات بالولايات المتحدة الأمريكية المنبثقة عن مجلس المحاسبين القانونيين الأمريكي - تقريراً عام 2004م، ناشدت فيه بضرورة تبويب المخاطر في مجموعات متجانسة، واقتراح أسلوباً الإفصاح عنها". حيث حصلت على متوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.642 وهذا يدل على مدى اهتمام مفردات العينة بموضوع قياس مخاطر السمعة، وشعورهم الجارف نحو ضرورة قياسها والإفصاح عنها لخدمة أصحاب المصالح بالمنظمات.

- بالنسبة للعبارة رقم (3/2) المتمثلة في "يعتبر النقص في الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال في التقارير المالية بالرغم من الإشارة بأهمية ذلك، أمر يضر بأصحاب المصالح ومن ثم بتلك المنظمات"، حيث حصلت على متوسط 4.16 وانحراف معياري 0.629 وهو ما يؤكد على إصرار مفردات العينة محل الدراسة على ضرورة إيجاد مخرج لقياس مخاطر السمعة يكون به مرجعية مناسبة لتطبيقه في كافة المنظمات سواء المالية أو غير المالية.

- أما عن العبارة رقم (3/3) المتمثلة في "لقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية في اتفاقيتها الثالثة على ضرورة تصميم مدخل لقياس مخاطر السمعة، وذلك لتجنب الوقوع في أزمات مالية عالمية كما حدث في عام 2008م. وهذا يلقي تأييداً لمختلف المنظمات المالية وغير المالية، بالرغم من صعوبة القياس"، فقد حصلت على أقل درجة موافقة 4.04 وانحراف معياري 0.726



ويرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى عدم قناعة المستقصي منهم بالقرار الصادر عن لجنة للرقابة على المنظمات المالية دون أن يقدم جديد أو نموذج أولى لقياس هذه المخاطر التي وصفتها اللجنة بأنها قد تسبب الوقوع في أزمات مالية مستقبلية.

- وأخيراً العبارة رقم (3/5) المتمثلة في "ان هناك ضرورة للإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات، يفرضها التوسع في التشغيل الالكتروني والتحول الرقمي لكافة المنظمات، لما قد يعرضها إلى بعض الأخطاء في التشغيل أو الرقابة أو الاختراق من قبل البعض، على أن يعقب ذلك نوع من الرقابة المستمرة والمراجعة"، حصلت على اقل درجة موافقة 4.02 وانحراف معياري 0.907 وذلك لقناعة مفردات العينة من أصحاب المصالح بأن هناك اختلاف بين مخاطر السمعة الناتجة عن التصورات السلبية لقرارات أصحاب المصالح، ومخاطر التشغيل التي تنتج عن بعض الأخطاء في التشغيل، وهو ما يدل على أن اختيار مفردات العينة قد جانبه الصواب من الباحثة، لكونهم من الوعي الذي يعكس اهتمامهم بمخاطر السمعة موضوع البحث عن غيرها من المخاطر التي نطالما تناولتها العديد من الدراسات.

ومما سبق يتضح أن غالبية المستقصي منهم جاءت اجاباتهم بالموافقة حول أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة تحديدا للمنظمات سواء المالية أو غير المالية، ومن ثم قياسها وفقاً للتصور المقترح من الباحثة الذي يختبر كمياً العوائد غير الطبيعية بسبب مخاطر السمعة ومحاسبياً وتحليلياً بالمؤشرات ذات الصلة بنواتج تعرض المنظمات لمخاطر السمعة.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

أ- اختبار الفرض الاول:

نص الفرض الاول العدم على أنه:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المستقصي منهم على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال".

استخدمت الباحثة اختبار كروسكال- واليس، نظراً لأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، لاختبار الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة كمجموعات مستقلة حول درجة الثقة، وهو (اختبار لا معلمي لاختبار الفرق بين أكثر من متوسطين) أي اختبار بديل عن تحليل التباين ANOVA، ويوضح الجدول رقم (10) التالي نتائج اختبار كروسكال - واليس، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (10)
نتائج اختبار الفرض الأول في الدراسة الميدانية

نتائج الاختبار				العبارات	
نتيجة الاختبار	Sig	Chi-Square	المتوسط الرتبى لعينة الدراسة		
غير معنوي	.0770	5.131	113.63	103	تتمثل مخاطر السمعة في مخاطر الدعاية السلبية التي تؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة والثقة فيها من قبل أصحاب المصالح.
			134.37	99	
			130.18	47	
				249	
غير معنوي	.8700	.2780	125.74	103	تعتبر مخاطر للسمعة انعكاس للتغير في سلوك أصحاب المصالح الناتج عن تدهور تصوراتهم تجاه المنظمة، وهي بمثابة مخاطر المخاطر.
			122.54	99	
			128.57	47	
				249	
غير معنوي	.9260	.1540	123.45	103	تنشأ مخاطر السمعة من الفجوة بين توقعات أصحاب المصالح وسلوك منظمات الأعمال الفعلي من حيث تصرف المنظمة مع المنافسين أو العملاء أو الجمهور بوجه عام.
			125.24	99	
			127.88	47	
				249	
غير معنوي	.0990	4.622	116.57	103	تزداد مخاطر السمعة أهمية للمنظمات بسبب ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والعولمة، هذا فضلاً عن حدوث بعض الخسائر التشغيلية والتحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة.
			136.32	99	
			119.63	47	
				249	
غير معنوي	.0520	5.903	113.15	103	على منظمات الأعمال أن تهتم بالحد من مخاطر السمعة التي تحدث وأيضاً المتوقع
			131.15	99	
			138.03	47	
				249	



					حدوثها، وليس فقط التركيز على محو التهديدات للسمعة التي ظهرت بالفعل.
غير معنوي	.1970	3.249	129.33	103	تعرف مخاطر السمعة بإيجاز بأنها
			127.83	99	مخاطر الخسارة المالية
			109.54	47	للمنظمة الناتجة عن تدهور سمعتها السوقية، بالرغم من صعوبة قياس تلك الخسارة المالية بدقة.
				249	

* معنوي عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول (10) عدم معنوية الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.05، حيث ان قيم الدلالة Sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود اتفاق بين آراء المستقصي منهم على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال. مما سبق يتضح صحة فرض العدم الأول (الصفري) ورفض الفرض البديل، أي "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المستقصي منهم على طبيعة ومفهوم مخاطر السمعة للمنظمات.

ب- اختبار الفرض الثاني:

نص الفرض الثاني العدم على أنه:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المستقصي منهم على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط منها".

استخدمت الباحثة اختبار كروسكال- واليس، نظراً لأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، لاختبار الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة كمجموعات مستقلة حول درجة الثقة، وهو (اختبار لا معلمي لاختبار الفرق بين أكثر من متوسطين) أي اختبار بديل عن تحليل التباين ANOVA، ويوضح الجدول رقم (11) التالي نتائج اختبار كروسكال - واليس، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (11)
نتائج اختبار الفرض الثاني في الدراسة الميدانية

نتائج الاختبار				العبارات
نتيجة الاختبار	Sig	Chi-Square	المتوسط الرتبى لعينة الدراسة	
غير معنوي	.1190	4.264	132.23	103
			125.19	99
			108.77	47
				249
هناك محاولات لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال باستخدام المقاييس الشائعة كمقاييس المشاعر اليومية ودرجة سمعة أصحاب المصلحة وخسائر القيمة السوقية للأسهم، ولكنها لم ترق إلى قياس مقبول قبولاً عاماً.				
غير معنوي	.2360	2.891	119.81	103
			133.87	99
			117.69	47
				249
إن قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال يمكن أن يقوم على التصورات الايجابية أو السلبية لأصحاب المصالح الخارجيين، ولكن هذا أمر يصعب قياسه ومن ثم الإفصاح عنه.				
غير معنوي	.3300	2.220	119.60	103
			124.79	99
			137.28	47
				249
يتجه اهتمام البعض الآن لقياس سمعة منظمات الأعمال من خلال قوائم تتضمن عدد من العناصر أو المكونات مع إعطاء أوزان نسبية لكل منها وكلما كبر التصنيف الاجمالي كان هذا دليلاً على تضائل مخاطر السمعة، ولكن هذا القياس يميل إلى التقدير الشخصي والحس العاطفي بحسب القائم بإعطاء الأوزان للعناصر أو المكونات المختلفة مما يضعفه.				



غير معنوي	.0710	5.282	117.79	103	يعتبر المقياس المقترح لمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال هو الأفضل قبولاً عما سبقه من مقاييس لمخاطر السمعة، نظراً لارتكازه على تقييم التحليل السببي القائم على البعد الكمي والمحاسبي التحليلي في آن واحد.
			123.33	99	
			144.31	47	
غير معنوي	.2660	2.651	118.43	103	يمكن قبول المقياس المقترح لمخاطر السمعة كمقياس رقمي يعكس مقدار العوائد غير الطبيعية لها مع البعد المحاسبي التحليلي لإدارة تلك المخاطر مساندة للسلسلة السببية لقرارات أصحاب المصالح. على الأقل في الوقت الراهن.
			133.29	99	
			121.93	47	
				249	

* معنوي عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول (11) عدم معنوية الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.05، حيث ان قيم الدلالة Sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود اتفاق بين آراء المستقصي منهم، على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط منها. مما سبق يتضح صحة فرض العدم الثاني (الصفري) ورفض الفرض البديل، أي "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المستقصي منهم على إيجابية المدخل المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة للتحوط منها.

ج- اختبار الفرض الثالث:

نص الفرض الثالث العدم على أنه:

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المستقصي منهم على أهمية الافصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح لتدعيم قرارات أصحاب المصالح". استخدمت الباحثة اختبار كروسكال- واليس، نظراً لأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، لاختبار الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة كمجموعات مستقلة حول درجة الثقة، وهو (اختبار

لا معلمي لاختبار الفرق بين أكثر من متوسطين) أي اختبار بديل عن تحليل التباين ANOVA، ويوضح الجدول رقم (12) التالي نتائج اختبار كروسكال - واليس، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (12)

نتائج اختبار الفرض الثالث في الدراسة الميدانية

نتائج الاختبار				العبارات
نتيجة الاختبار	Sig	Chi-Square	المتوسط الرتبى لعينة الدراسة	
غير معنوي	.7960	.4560	123.99	103
			128.17	99
			120.54	47
				249
بالرغم من أن قياس مخاطر السمعة أمر ليس بالسهولة، إلا أنه يعكس أهمية خاصة عند الإفصاح عنها، لكون عناصر تلك المخاطر يمكن أن تمثل أصولاً بالمنظمات وعجز غير طبيعي (وفقاً لاستقصاء العالمي (Deloitte) لمخاطر السمعة في الشركات والمؤسسات عام 2014م، الذي كشف عن نسبة 41% من المنظمات الخاسرة وتعاني من انخفاض الإيرادات، إنما يرجع إلى عدم مراعاة مخاطر السمعة لها).				
غير معنوي	.4690	1.513	124.31	103
			129.85	99
			116.30	47
				249
يعتبر النقص في الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال في التقارير المالية بالرغم من الإشارة بأهمية ذلك، أمر يضر بأصحاب المصالح ومن ثم بتلك المنظمات.				
غير معنوي	.6760	.7820	124.79	103
			121.91	99
			131.97	47
				249
لقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية في اتفاقيتها الثالثة على ضرورة تصميم مدخل لقياس				



					مخاطر السمعة، وذلك لتجنب الوقوع في أزمات مالية عالمية كما حدث في عام 2008م. وهذا يلقي تأييداً لمختلف المنظمات المالية وغير المالية، بالرغم من صعوبة القياس.
غير معنوي	.2370	2.875	124.67	103	لقد اصدرت أيضاً لجنة (COSO) - لجنة دعم التنظيمات بالولايات المتحدة الأمريكية المنبثقة عن مجلس المحاسبين القانونيين الأمريكي - تقريراً عام 2004م، ناشدت فيه بضرورة تبويب المخاطر في مجموعات متجانسة، واقتراح أسلوباً ملائماً للتعامل مع هذه المخاطر، وتقييمها بإعطاء كل منها وزن ترجيحي حتى يمكن قياسها ومن ثم الإفصاح عنها.
			119.11	99	
			138.13	47	
				249	
غير معنوي	.1670	3.584	126.22	103	هناك ضرورة للإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات، يفرضها التوسع في التشغيل الالكتروني والتحول الرقمي لكافة المنظمات، لما قد يعرضها إلى بعض الأخطاء في التشغيل أو الرقابة أو الاختراق من قبل البعض، على أن يعقب ذلك نوع من الرقابة المستمرة والمراجعة.
			116.84	99	
			139.51	47	
				249	

* معنوي عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول (12) عدم معنوية الفرق بين متوسط آراء عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.05، حيث ان قيم الدلالة Sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود اتفاق بين آراء المستقصي منهم، على أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح للتحوط منها. مما سبق يتضح صحة الفرض الثالث (الصفري) ورفض الفرض البديل، أي "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المستقصي منهم على أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة من خلال قياسها بالمدخل المقترح لتدعيم قرارات أصحاب المصالح.

سادساً: نتائج البحث وتوصياته:

من واقع الدراسة النظرية التحليلية وأيضاً الدراسة الميدانية الاختبارية، تستخلص الباحثة النتائج التالية:

1- تمثل مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال أهمية خاصة، لما يمكن أن تسببه إذا كانت سلبية من خسائر مالية جسيمة، فضلاً عن أنه يصعب التنبؤ بها ولم تخضع للقياس الرقمي حتى الآن.

2- يشار لمخاطر السمعة بالخسارة المحتملة في رأس المال سواء الاقتصادي أو الاجتماعي، أو مقدار حصة السوق المفقودة نتيجة الضرر الذي يلحق بسمعة المنظمة، وتتبع أبرز المحاور لتحديد وتصنيف مخاطر السمعة، يمكن تصورها من خلال سلسلة سببية تصب في تغير سلوك أصحاب المصالح إلى الأسوأ ومن ثم خسارة مالية للمنظمة.

3- ركزت المقاييس التي قدمت لمخاطر السمعة على "مقاييس المشاعر اليومية"، من خلال عدد من العناصر أو المكونات - لم يتم الاتفاق على تحديدها - أو من خلال مؤشرات لدرجة سمعة أصحاب المصلحة، أو القيمة السوقية والمالية للمنظمة، وكلها صادفت العديد من الانتقادات.

4- قدمت الباحثة تصوراً كمياً ومحاسبياً تحليلياً لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال، يعتمد على قياس العوائد غير الطبيعية للمنظمة مع تدعيمه بقياسات السيولة والربحية وكفاءة استخدام الأموال، وإمكانية إضافة نموذج (CAMELS) له في حالة المنظمات المالية، وذلك لعلاج القصور فيما سبق ذلك من مقاييس لم تركز على قرارات أصحاب المصالح.

5- قد أكدت الدراسة الميدانية الاختبارية لمفهوم وقياس مخاطر السمعة التي قدمتها الباحثة مدى إيجاب وتوافق بيئة الأعمال مع نتائج الدراسة النظرية لها.



ومن هنا توصي الباحثة بالآتي:

- (أ) ضرورة الاهتمام بمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال شأنها كشأن باقي المخاطر التي نالتها الدراسات السابقة، بالرغم من صعوبة قياسها.
- (ب) الاستفادة من التصور المقترح لقياس مخاطر السمعة الذي قدمته الباحثة، مع ضرورة الإفصاح عن نتائجه كل فترة متقاربة- وليكن شهر- لدعم قرارات أصحاب المصالح.
- (ج) دعوة الباحثين والتنظيمات المهنية لمزيد من الدراسة حول هذا النوع من المخاطر، وصولاً إلى ما هو أفضل.

ملحق رقم 1

قائمة استقصاء

مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح

القسم الثاني: فيما يلي بعض العبارات التي تعكس مدى لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح ، برضاء وضع علامة (✓) تحت الاجابه التي تعبر عن رأيك.

المحور الأول: مدى التوافق على مفهوم وطبيعة مخاطر السمعة يمكن أن تصيب منظمات الأعمال					
غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	العبارات
على الإطلاق					1- تتمثل مخاطر السمعة في مخاطر الدعاية السلبية التي تؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة والثقة فيها من قبل أصحاب المصالح.
					2- تعتبر مخاطر للسمعة انعكاس للتغير في سلوك أصحاب المصالح الناتج عن تدهور تصوراتهم تجاه المنظمة، وهي بمثابة مخاطر المخاطر.
					3- تنشأ مخاطر السمعة من الفجوة بين توقعات أصحاب المصالح وسلوك منظمات الأعمال الفعلي

					من حيث تصرف المنظمة مع المنافسين أو العملاء أو الجمهور بوجه عام.
					4- تزداد مخاطر السمعة أهمية للمنظمات بسبب ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والعولمة، هذا فضلاً عن حدوث بعض الخسائر التشغيلية والتحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة.
					5- على منظمات الأعمال أن تهتم بالحد من مخاطر السمعة التي تحدث وأيضاً المتوقع حدوثها، وليس فقط التركيز على محو التهديدات للسمعة التي ظهرت بالفعل.
					6- تعرف مخاطر السمعة بإيجاز بأنها مخاطر الخسارة المالية للمنظمة الناتجة عن تدهور سمعتها السوقية، بالرغم من صعوبة قياس تلك الخسارة المالية بدقة.
المحور الثاني: مدى التوافق على قبول التصور المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال (بعد عرضه بإيجاز على المستقصى منهم):					
غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	العبارات
على الإطلاق					
					1- هناك محاولات لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال باستخدام المقاييس الشائعة كمقاييس المشاعر اليومية ودرجة سمعة أصحاب المصلحة وخسائر القيمة السوقية للأسهم، ولكنها لم ترق إلى قياس مقبول قبولاً عاماً.
					2- إن قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال يمكن أن يقوم على التصورات الايجابية أو السلبية لأصحاب المصالح الخارجيين، ولكن هذا أمر يصعب قياسه ومن ثم الإفصاح عنه.
					3- يتجه اهتمام البعض الآن لقياس سمعة منظمات الأعمال من خلال قوائم تتضمن عدد من العناصر أو المكونات مع إعطاء أوزان نسبية لكل منها وكلما



					<p>كبر التصنيف الاجمالي كان هذا دليلاً على تضائل مخاطر السمعة، ولكن هذا القياس يميل إلى التقدير الشخصي والحس العاطفي بحسب القائم بإعطاء الأوزان للعناصر أو المكونات المختلفة مما يضعفه.</p>
					<p>4- يعتبر المقياس المقترح لمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال هو الأفضل قبولاً عما سبقه من مقاييس لمخاطر السمعة، نظراً لارتكازه على تقييم التحليل السببي القائم على البعد الكمي والمحاسبي التحليلي في آن واحد.</p>
					<p>5- يمكن قبول المقياس المقترح لمخاطر السمعة كمقياس رقمي يعكس مقدار العوائد غير الطبيعية لها مع البعد المحاسبي التحليلي لإدارة تلك المخاطر مساندة للسلسلة السببية لقرارات أصحاب المصالح. على الأقل في الوقت الراهن.</p>
<p>المحور الثالث: أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات:</p>					
غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	العبارات
					<p>1- بالرغم من أن قياس مخاطر السمعة أمر ليس بالسهولة، إلا أنه يعكس أهمية خاصة عند الإفصاح عنها، لكون عناصر تلك المخاطر يمكن أن تمثل أصولاً بالمنظمات وعجز غير طبيعي (وفقاً لاستقصاء (Deloitte) العالمي لمخاطر السمعة في الشركات والمؤسسات عام 2014م، الذي كشف عن نسبة 41% من المنظمات الخاسرة وتعاني من انخفاض الإيرادات، إنما يرجع إلى عدم مراعاة مخاطر السمعة لها).</p>
					<p>2- يعتبر النقص في الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال في التقارير المالية بالرغم من الإشارة بأهمية ذلك، أمر يضر بأصحاب المصالح ومن ثم بتلك المنظمات.</p>

					3- لقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية في اتفاقيتها الثالثة على ضرورة تصميم مدخل لقياس مخاطر السمعة، وذلك لتجنب الوقوع في أزمات مالية عالمية كما حدث في عام 2008م. وهذا يلقي تأييداً لمختلف المنظمات المالية وغير المالية، بالرغم من صعوبة القياس.
					4- لقد اصدرت أيضاً لجنة (COSO) - لجنة دعم التنظيمات بالولايات المتحدة الأمريكية المنبثقة عن مجلس المحاسبين القانونيين الأمريكي - تقريراً عام 2004م، ناشدت فيه بضرورة تبويب المخاطر في مجموعات متجانسة، واقتراح أسلوباً ملائماً للتعامل مع هذه المخاطر، وتقييمها بإعطاء كل منها وزن ترجيحي حتى يمكن قياسها ومن ثم الإفصاح عنها.
					5- هناك ضرورة للإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات، يفرضها التوسع في التشغيل الالكتروني والتحول الرقمي لكافة المنظمات، لما قد يعرضها إلى بعض الأخطاء في التشغيل أو الرقابة أو الاختراق من قبل البعض، على أن يعقب ذلك نوع من الرقابة المستمرة والمراجعة.

ملحق رقم 2

ملحق نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة باستخدام برنامج SPSS

1- نتائج اختبار قيمة معامل الثبات الفا كرونباخ:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	16



2- نتائج اختبار مدي التوزيع الطبيعي لاستجابات آراء المستقصي منهم في الاجابة علي اسئلة الاستقصاء لقياس متغيرات الدراسة:

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	total1	total2	total3
N	249	249	249
Normal Parameters ^{a,b}			
Mean	3.9391	3.9044	4.1189
Std. Deviation	.74006	.71483	.68745
Most Extreme Differences			
Absolute	.118	.142	.138
Positive	.094	.095	.135
Negative	-.118-	-.142-	-.138-
Kolmogorov-Smirnov Z	1.860	2.246	2.180
Asymp. Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

3- المحور الأول: توصيف آراء المستقصي منهم حول مدى التوافق على مفهوم وطبيعة مخاطر السمعة يمكن أن تصيب منظمات الأعمال

Frequency Table

	N	Mean	Std. Deviation
تتمثل مخاطر السمعة في مخاطر الدعاية السلبية التي تؤدي إلى فقدان نزاهة المنظمة والثقة فيها من قبل أصحاب المصالح.	249	3.91	.833
تعتبر مخاطر للسمعة انعكاس للتغير في سلوك أصحاب المصالح الناتج عن تدهور تصوراتهم تجاه المنظمة، وهي بمثابة مخاطر المخاطر.	249	3.96	.872
تنشأ مخاطر السمعة من الفجوة بين توقعات أصحاب المصالح وسلوك منظمات الأعمال الفعلي من حيث تصرف المنظمة مع المنافسين أو العملاء أو الجمهور بوجه عام.	249	3.84	.739
تزداد مخاطر السمعة أهمية للمنظمات بسبب ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والعولمة، هذا فضلاً عن حدوث بعض الخسائر التشغيلية والتحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة.	249	3.73	.855
على منظمات الأعمال أن تهتم بالحد من مخاطر السمعة التي تحدث وأيضاً المتوقع حدوثها، وليس فقط التركيز على محو التهديدات للسمعة التي ظهرت بالفعل.	249	3.98	.767
تعرف مخاطر السمعة بإيجاز بأنها مخاطر الخسارة المالية للمنظمة الناتجة عن تدهور سمعتها السوقية، بالرغم من صعوبة قياس تلك الخسارة المالية بدقة.	249	4.21	.687
مستوي آراء المستقصي منهم بشأن حول مدى التوافق على مفهوم وطبيعة مخاطر السمعة يمكن أن تصيب منظمات الأعمال	249	3.9391	.74006
Valid N (listwise)	249		

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماماً	1	.4	.4	.4
غير موافق	10	4.0	4.0	4.4
محايد	62	24.9	24.9	29.3
موافق	113	45.4	45.4	74.7
موافق تماماً	63	25.3	25.3	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماما	2	.8	.8	.8
غير موافق	13	5.2	5.2	6.0
محايد	48	19.3	19.3	25.3
موافق	115	46.2	46.2	71.5
موافق تماما	71	28.5	28.5	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	11	4.4	4.4	4.4
محايد	58	23.3	23.3	27.7
موافق	140	56.2	56.2	83.9
موافق تماما	40	16.1	16.1	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	13	5.2	5.2	5.2
محايد	95	38.2	38.2	43.4
موافق	88	35.3	35.3	78.7
موافق تماما	53	21.3	21.3	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	6	2.4	2.4	2.4
محايد	57	22.9	22.9	25.3
موافق	121	48.6	48.6	73.9
موافق تماما	65	26.1	26.1	100.0
Total	249	100.0	100.0	



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	1	.4	.4	.4
محايد	35	14.1	14.1	14.5
موافق	124	49.8	49.8	64.3
موافق تماماً	89	35.7	35.7	100.0
Total	249	100.0	100.0	

4- المحور الثاني: تحديد مستوى آراء المستقضي منهم حول مدى التوافق على قبول التصور

المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال

Frequency Table

	N	Mean	Std. Deviation
هناك محاولات لقياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال باستخدام المقاييس الشائعة كمقاييس المشاعر اليومية ودرجة سمعة أصحاب المصلحة وخسائر القيمة السوقية للأسهم، ولكنها لم ترق إلى قياس مقبول قبولاً عاماً.	249	3.82	.667
إن قياس مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال يمكن أن يقوم على التصورات الإيجابية أو السلبية لأصحاب المصالح الخارجيين، ولكن هذا أمر يصعب قياسه ومن ثم الإفصاح عنه.	249	3.94	.801
يتجه اهتمام البعض الآن لقياس سمعة منظمات الأعمال من خلال قوائم تتضمن عدد من العناصر أو المكونات مع إعطاء أوزان نسبية لكل منها وكلما كبر التصنيف الإجمالي كان هذا دليلاً على تضاعف مخاطر السمعة، ولكن هذا القياس يميل إلى التقدير الشخصي والحس العاطفي بحسب القائم بإعطاء الأوزان للعناصر أو المكونات المختلفة مما يضعفه.	249	3.68	.857
يعتبر المقياس المقترح لمخاطر السمعة لمنظمات الأعمال هو الأفضل قبولاً عما سبقه من مقاييس لمخاطر السمعة، نظراً لارتكازه على تقييم التحليل السببي القائم على البعد الكمي والمحاسبي التحليلي في آن واحد.	249	3.83	.728
يمكن قبول المقياس المقترح لمخاطر السمعة كمقياس رقمي يعكس مقدار العوائد غير الطبيعية لها مع البعد المحاسبي التحليلي لإدارة تلك المخاطر مسابرة للسلسلة السببية لقرارات أصحاب المصالح. على الأقل في الوقت الراهن.	249	4.26	.832
مستوي آراء المستقضي منهم بشأن مدى التوافق على قبول التصور المقترح لقياس وإدارة مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال	249	3.9044	.71483
Valid N (listwise)	249		

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	.8	.8	.8
محايد	75	30.1	30.1	30.9
موافق	137	55.0	55.0	85.9
موافق تماماً	35	14.1	14.1	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماما	1	.4	.4	.4
غير موافق	5	2.0	2.0	2.4
محايد	67	26.9	26.9	29.3
موافق	112	45.0	45.0	74.3
موافق تماما	64	25.7	25.7	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماما	3	1.2	1.2	1.2
غير موافق	7	2.8	2.8	4.0
محايد	105	42.2	42.2	46.2
موافق	86	34.5	34.5	80.7
موافق تماما	48	19.3	19.3	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	1.6	1.6	1.6
محايد	79	31.7	31.7	33.3
موافق	122	49.0	49.0	82.3
موافق تماما	44	17.7	17.7	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماما	1	.4	.4	.4
غير موافق	3	1.2	1.2	1.6
محايد	47	18.9	18.9	20.5
موافق	78	31.3	31.3	51.8
موافق تماما	120	48.2	48.2	100.0
Total	249	100.0	100.0	



5- المحور الثالث: توصيف آراء المستقصي منهم حول أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات:

Frequency Table

	N	Mean	Std. Deviation
بالرغم من أن قياس مخاطر السمعة أمر ليس بالسهولة، إلا أنه يعكس أهمية خاصة عند الإفصاح عنها، لكون عناصر تلك المخاطر يمكن أن تمثل أصولاً بالمنظمات وعجز غير طبيعي (وفقاً لاستقصاء (Deloitte) العالمي لمخاطر السمعة في الشركات والمؤسسات عام 2014م، الذي كشف عن نسبة 41% من المنظمات الخاسرة وتعاني من انخفاض الإيرادات، إنما يرجع إلى عدم مراعاة مخاطر السمعة لها).	249	4.19	.795
يعتبر النقص في الإفصاح عن مخاطر السمعة لمنظمات الأعمال في التقارير المالية بالرغم من الإشارة بأهمية ذلك، أمر يضر بأصحاب المصالح ومن ثم بتلك المنظمات.	249	4.16	.629
لقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية في اتفاقيتها الثالثة على ضرورة تصميم مدخل لقياس مخاطر السمعة، وذلك لتجنب الوقوع في أزمات مالية عالمية كما حدث في عام 2008م. وهذا يلقي بتأييداً لمختلف المنظمات المالية وغير المالية، بالرغم من صعوبة القياس.	249	4.04	.726
لقد اصدرت أيضاً لجنة (COSO) - لجنة دعم التنظيمات بالولايات المتحدة الأمريكية المنبثقة عن مجلس المحاسبين القانونيين الأمريكي- تقريراً عام 2004م، ناشدت فيه بضرورة تبويب المخاطر في مجموعات متجانسة، واقتراح أسلوباً ملائماً للتعامل مع هذه المخاطر، وتقييمها بإعطاء كل منها وزن ترجيحي حتى يمكن قياسها ومن ثم الإفصاح عنها.	249	4.18	.642
هناك ضرورة للإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات، يفرضها التوسع في التشغيل الإلكتروني والتحول الرقمي لكافة المنظمات، لما قد يعرضها إلى بعض الأخطاء في التشغيل أو الرقابة أو الاختراق من قبل البعض، على أن يعقب ذلك نوع من الرقابة المستمرة والمراجعة.	249	4.02	.907
مستوي آراء المستقصي منهم بشأن أهمية الإفصاح عن مخاطر السمعة للمنظمات:	249	4.1189	.68745
Valid N (listwise)	249		

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماماً	1	.4	.4	.4
غير موافق	4	1.6	1.6	2.0
محايد	41	16.5	16.5	18.5
موافق	103	41.4	41.4	59.8
موافق تماماً	100	40.2	40.2	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	.8	.8	.8
محايد	26	10.4	10.4	11.2
موافق	150	60.2	60.2	71.5
موافق تماماً	71	28.5	28.5	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	8	3.2	3.2	3.2
محاييد	37	14.9	14.9	18.1
موافق	142	57.0	57.0	75.1
موافق تماما	62	24.9	24.9	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	.8	.8	.8
محاييد	27	10.8	10.8	11.6
موافق	145	58.2	58.2	69.9
موافق تماما	75	30.1	30.1	100.0
Total	249	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق تماما	2	.8	.8	.8
غير موافق	8	3.2	3.2	4.0
محاييد	63	25.3	25.3	29.3
موافق	85	34.1	34.1	63.5
موافق تماما	91	36.5	36.5	100.0
Total	249	100.0	100.0	



6- نتائج اختبار الفرض الاول في الدراسة الميدانية:

Kruskal-Wallis Test

Ranks		
الوظيفة	N	Mean Rank
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	113.63
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	134.37
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	130.18
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	125.74
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	122.54
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	128.57
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	123.45
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	125.24
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	127.88
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	116.57
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	136.32
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	119.63
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	113.15
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	131.15
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	138.03
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	129.33
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	127.83
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	109.54
Total	249	

Test Statistics^{a,b}

	a1	a2	a3	a4	a5	a6
Chi-Square	5.131	.278	.154	4.622	5.903	3.249
df	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.077	.870	.926	.099	.052	.197

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: الوظيفة

7- نتائج اختبار الفرض الثاني في الدراسة الميدانية:

Kruskal-Wallis Test

Ranks		
الوظيفة	N	Mean Rank
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	132.23
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	125.19
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	108.77
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	119.81
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	133.87
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	117.69
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	119.60
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	124.79
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	137.28
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	117.79
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	123.33
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	144.31
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	118.43
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	133.29
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	121.93
Total	249	

Test Statistics^{a,b}

	b1	b2	b3	b4	b5
Chi-Square	4.264	2.891	2.220	5.282	2.651
df	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.119	.236	.330	.071	.266

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: الوظيفة



8- نتائج اختبار الفرض الثالث في الدراسة الميدانية:

Kruskal-Wallis Test

Ranks		
الوظيفة	N	Mean Rank
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	123.99
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	128.17
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	120.54
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	124.31
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	129.85
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	116.30
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	124.79
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	121.91
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	131.97
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	124.67
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	119.11
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	138.13
Total	249	
المستثمرون (مكاتب السمسرة)	103	126.22
العملاء والموردين (مكاتب الاستشارات المالية)	99	116.84
المشرفون (مدير إدارة المخاطر)	47	139.51
Total	249	

Test Statistics^{a,b}

	c1	c2	c3	c4	c5
Chi-Square	.456	1.513	.782	2.875	3.584
df	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.796	.469	.676	.237	.167

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: الوظيفة

المراجع العربية :

الكتب:

د. نبيل فهمي سلامه، الإطار العلمي والعملي في المحاسبة الادارية، مكتبة الجامعة ببورسعيد،
2021/2020.

الدوريات :

د. عبد الحفيظ محمد، د. صديق مليكة، "دور الحوكمة في الحد من مخاطر السمعة في البنوك
التجارية"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة الجلفة بالجزائر، مجلد (5)،
عدد (2)، 2019م.

المراجع الأنجليزية:

Journals:

Dilatate, S., Trotta, A., Jannuzzi, A.P. and Demaria, F., "Corporate Social Responsibility Engagement as a Determinant of Bank Reputation: An Empirical Analysis", Corporate Socially Responsible Environment Management, Vol.24, 2017.

Fiordaliza, F., Soane, M.G. and Schwyzer, P., "Reputational Losses and Operation Risk in Banking", The European Journal of Finance, Vol.20, No.2, 2014

Forburn, C.J., "List of Lists: A Compilation of International Corporate Reputation Ratings", Corporate Reputation Review, Vol.10, No.2, 2007.

Fox, M., Gilson, R. and Pallia, D., "Corporate Governance as a Signal: Contextualizing the Performance Link", European Governance Institute Working, August 2016.

Friedman, Barry, A., "Human Resource Management Role Implications for Corporate Reputation", Corporate Reputation Review, Vol.12, No.3,2009.

Ganzert, N., "The Impact of Corporate Reputation and Reputation Damaging Events on Financial Performance: Empirical Evidence from the Literature", European Management Journal,33 (6), 2015.

Perez-Cornejo., Quevedo- Puente, E. & Delgado- Garcia, J.B., "How to Manage Corporate Reputation? The Effect of Enterprise Risk Management Systems and Audit Committees on Corporate Reputation", European Management Journal, 37(4), 2019.



Ruiz, B. and Garcia, J., Modelling Customer- Based Bank Reputation: The Moderating Role of Uncertainty, Avoidance Int., J. Bank Mark, 2019.

Warrick, S. L., "Measuring Corporate Reputation", Business and Society, Vol.41, No.4, 2002.

Others:

Basel Committee on Banking Supervision (BIS), International Regulatory Framework for Banks (Basel III),2017 available at: <http://www.bis.org/bcbs/basel3.htm>.

Deloitte. Global Survey on Reputation Risk-Reputation Risk, 2014. http://www.2deloitte.com/global/en/pages/governance-risk_and_compliance/articles/reputation-at_risk.html,accessed:05/05/2015.

Federal Financial Intuitions Examination Council (FFIEC), 2010, "Retail Payment Systems",2015, available at: <http://ithandbook.Ffiec.gov/it-booklets/retail-payment-systems.aspx>.

Ferreira S, "Measuring Reputational Risk in the South African Banking Sector", November 2015, available at:https://www.researchgate.net/publication/353848440_Measuring_reputational_risk_in_the_South_African_banking_sector

Harris Poll, "Harris Poll Ra Summary Report", available at: http://Skift.com/wp-content/uploads/0215/20/2015-RQ-Media-Release-REPORT_020415.Pdf.

Matic, P., International Journal of Safety and Security Engineering, 891),2008, Pp:171-180, available at: https://www.researchgate.net/Publication/322994351_Reputation_risk_Measured.

Tonelli, M., "Reputation Risk-A Corporate Governance Perspective", Research Report R=1412-07-WG., 2007, available at: www.conference-board.org.