

مبادئ مكافحة غسيل الأموال وتأثيرها في أبعاد السمعة المصرفية (حالة عملية مصارف كربلاء)

Anti-money laundering principles and their impact on the dimensions of banking reputation (The case of Karbala bank)

الدكتورة/ رشا محمد عرب غياض

أستاذ مساعد، كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، الجامعة اللبنانية، لبنان

الباحث/ عمار طاهر عودة اليساري

ماجستير في العلوم المالية والمصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم، لبنان

Email: arsriq1993@gmail.com

المخلص:

يعالج هذا البحث طبيعة العلاقة بين السمعة المصرفية والجهود التي تبذل في إطار مواجهة ظاهرة غسيل الأموال تكمن أهمية هذا البحث في تحديد دقيق لماهية ظاهرة غسيل الأموال وكيفية مكافحتها لما لها من أهمية في مساعدة أصحاب القرار للتصدي لهذه الظاهرة للوصول إلى حلول جذرية لعلاجها لما لها من آثار سلبية على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وللمحافظة على سمعة المصرف العامل الأساس في جذب العملاء واستمرارية المصرف. استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي وجرى تصميم استبانة وفرت البيانات الرقمية التي تم تحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي (Spss,25). توصلت الدراسة الى نتيجة مفادها ان المصارف موضوع الدراسة العاملة في مدينة كربلاء تهتم بتطبيق مبادئ مكافحة تبيض الاموال من خلال سعيها للتأكد من العملاء وهويتهم وإجراء عمليات رقابة داخلية مستمرة والتزامهم بنظام الرقابة الذي يسهم في مكافحة عمليات غسيل الأموال واتخاذهم للتدابير التي تضمن اختيار الموظفين المناسبين وتوفير نظام خاص للتدقيق والمراجعة الداخلية لمراقبة أداء الموظفين ومراجعة التقارير وإنشاء وحدة مستقلة لإدارة ومنع عمليات غسيل الأموال والقيام بعمليات تدريب مستمرة للموظفين على آلية التعرف على عمليات غسيل الأموال. أثبتت النتائج العلاقة بين توظيف المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال في أبعاد السمعة المصرفية، فكانت العلاقة ذات دلالة معنوية. كما توصلت الدراسة الى انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير التخصص العلمي والمنصب الوظيفي وسنوات الخبرة. أوصت الدراسة بإجراء دراسات سنوية دورية للمصارف ونشاطها البنكي وتحليل أية معطيات تتعلق بالشك في عمليات غسيل الأموال وتحويلها إلى الرقابة واتباع اجراءات صارمة بحق الموظفين الذي يتهاونون تجاه عمليات غسيل الأموال وتطبيق القوانين التي تتعلق بجريمة غسيل الأموال.

الكلمات المفتاحية: تبيض الأموال، السمعة المصرفية، العراق، مصارف، الأداء

Anti-money laundering principles and their impact on the dimensions of banking reputation (The case of Karbala bank)

Dr. Racha Mohamad Arab Ghayad

Lebanese University, Lebanon

Ammar Al-Yasari

MSC. Degree in Financial and Banking Sciences, MUBS, Lebanon

Abstract:

This paper treats the relationship between banking reputation and the efforts made in the context of confronting the phenomenon of money laundering. The importance of this research lies in an accurate definition of what the phenomenon of money laundering is and how to combat it because of its importance in helping decision-makers to address this phenomenon to reach radical solutions to treat it because of its negative effects on the economic and social level and to preserve the reputation of the bank the main factor in attracting customers and the continuity of the bank . This research used the descriptive analytical method, and a questionnaire was designed that provided the numerical data that were analyzed through the statistical analysis program (Spss,25). The study concluded that the are interested in applying the principles of combating money laundering through their efforts to ascertain the customers' identity and conduct continuous internal control processes and their commitment to the control system that contributes to combating money laundering operations and taking measures that ensure the selection of appropriate employees and the provision of a system Special for internal auditing and auditing to monitor employee performance, review reports, establish an independent unit to manage and prevent money laundering operations, and carry out continuous training for employees on the mechanism of identifying money laundering operations. The results proved the relationship between the bank's employment of anti-money laundering principles in the dimensions of banking reputation, and the relationship was significant. The study also concluded that there are no statistically significant differences in the answers of the research sample members to the questionnaire according to the variable of scientific specialization, job position and years of experience. Strict against employees who tolerate money laundering operations and the application of laws related to the crime of money laundering.

Keywords: Money laundering, banking reputation, Iraq, banks, performance

1. المقدمة:

تعد ظاهرة غسل الأموال من الظواهر المنتشرة في جميع الدول، وقد بدأت بالانتشار في الثمانينات من القرن الماضي، إلا أنها أصبحت في الوقت الحالي من أبرز الأنشطة الاقتصادية الجرمية التي تحقق الأرباح العالية، وتهدف هذه الظاهرة إلى تغطية الأموال المشبوهة التي يتم اكتسابها بطريقة غير شرعية وجعلها تتصف بالشرعية، وساهمت التطورات الحديثة التقنية منها والتكنولوجية في انتشار هذه الظاهرة التي باتت مصدراً لقلق العديد من دول العالم لما لها من الآثار السلبية التي تنعكس على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في البلاد، كما تعد السمعة من الأمور المهمة والحساسة في شتى جوانب الحياة، فالسمعة الطيبة ترتبط بالنزاهة والصدق والقدرة على الإيفاء بالوعد والالتزامات، وبالقدرة على تنفيذ الخطط والأهداف وتوطيد العلاقات وتلبية الاحتياجات، والسمعة من الأمور التي يتم بناؤها عبر الزمن، وهي لا تأتي من عبث وإنما تنتج عن حالة الاحترام والوعي والثقة التي تتكون لدى الفرد، وتكتسب السمعة أهمية مضاعفة عندما ترتبط بالمصارف والأموال المالية.

1.1. مشكلة الدراسة:

بناءً على ما تقدم جاءت الدراسة الحالية من أجل التعرف على دور مبادئ غسل الأموال وتطبيقها في المصارف في المحافظة على السمعة المصرفية للمصرف نفسه، وذلك على عدد من المصارف في كربلاء.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من خلال محاولة التعرف على مبادئ غسل الأموال، ودورها في المحافظة على السمعة المصرفية لمصارف كربلاء المقدسة، لأن ذلك يمكن أن يساهم في مساعدة أصحاب القرارات على اتخاذ الخطوات الصارمة للتخلص من ظاهرة غسل الأموال، أو على الأقل توجيه الأوامر للقيام بوضع اللوائح القانونية الدقيقة التي تحارب هذه الظاهرة في كل مصرف، فالمحافظة على سمعة المصرف من الأمور المهمة، لأنها العامل الأساس في جذب انتباه العميل وبقائه مع هذا المصرف دون ذلك، وبالتالي دراسة هذا العامل في علاقته بانتشار ظاهرة غسل الأموال يمكن أن يساعد المصارف في المحافظة على سمعتها وزبائنها.

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على ظاهرة غسل الأموال في مفهومها وأثارها الاقتصادية والاجتماعية، وتحديد الدور الذي تلعبه البنوك في مكافحة مشكلة غسل الأموال. بالإضافة إلى تعرف العلاقة بين جهود المصرف في مكافحة غسل الأموال وسمعته المصرفية.

تعد السمعة المصرفية من الأمور الإيجابية المهمة التي تساهم في تطوير العمل في المصرف وتوسيع دائرة عملائه، وهي حصيلة للتفاعلات التي يجريها المصرف مع العملاء، وتنتج عن مصداقية وشفافية المصرف في تقديم الخدمات والحصول على المعلومات الدقيقة من العميل للوصول إلى سمعة جيدة تجلب العملاء، فالسمعة من الأصول الاستراتيجية الهامة لأن مستقبل المصرف يعتمد على سمعته لدى العملاء.

وهناك توجه لمجلة فورتن لشحن لقياس سمعة المصارف والشركات من خلال قدرتها على جذب الموظفين والموهوبين والحفاظ على جودتها والمسؤولية الاجتماعية والابتكار (الصالح، 2020). وتعد الصورة الذهنية التي يرسمها المصرف في ذهن العملاء من الأمور المهمة التي تؤثر على سمعة المصرف، لأنها تعبير عن انطباع العملاء تجاه المصرف فجودة الخدمات المقدمة تعكس صورة ذهنية جيدة لدى العملاء الأمر الذي يساهم في تكوين سمعة طيبة للمصرف (الكرعوي، 2017، 29).

ان البحث يهدف الى الاجابة على السؤال الاساسي التالي:

ما هي طبيعة العلاقة بين السمعة المصرفية والجهود التي تبذل في إطار مواجهة ظاهرة غسيل الأموال؟ .

تكمن أهمية هذا البحث في النقاط الآتية:

- إبراز دور اتباع وتطبيق مبادئ مكافحة غسيل الأموال في التأثير الإيجابي على سمعة المصرف.
- تحديد دقيق لماهية هذه الظاهرة للوصول إلى حلول جذرية لعلاجها.
- لغسيل الأموال العديد من الآثار السلبية على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، فهي تضعف الاقتصاد الوطني وتسهم في خلق بيئة اقتصادية متوترة، بالتالي لا بد من دراستها والكشف عن الأمور المرتبطة بها.

2.1. فرضيات الدراسة: تفترض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الجهود التي يتبناها المصرف في مواجهة ظاهرة غسيل الأموال وسمعته المصرفية.
- 2- توجد فروق ذات تأثير معنوي في وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حول دور اتباع المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال في المحافظة على سمعته المصرفية تبعاً لاختلاف متغير التخصص العلمي لهم.
- 3- توجد فروق ذات تأثير معنوي في وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حول دور اتباع المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال في المحافظة على سمعته المصرفية تبعاً لاختلاف متغير المنصب الوظيفي لهم.
- 4- توجد فروق ذات تأثير معنوي في وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حول دور اتباع المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال في المحافظة على سمعته المصرفية تبعاً لاختلاف متغير سنوات الخبرة لهم.

3.1. أهمية الدراسة:

يمكن إيجاز أهمية الدراسة بالنقاط الآتية:

- إبراز دور اتباع وتطبيق مبادئ مكافحة غسيل الأموال في التأثير الإيجابي على سمعة المصرف.
- تحديد دقيق لماهية هذه الظاهرة للوصول إلى حلول جذرية لعلاجها.
- قد يسهم البحث الحالي في تنمية النشاطات الاجتماعية التي يهتم بها المصرف من أجل الترويج لاسمه أو المحافظة على سمعته، فالمسؤولية الاجتماعية من الأمور المهمة التي ترتبط بسمعة المصرف.
- لغسيل الأموال العديد من الآثار السلبية على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، فهي تضعف الاقتصاد الوطني وتسهم في خلق بيئة اقتصادية متوترة، بالتالي لا بد من دراستها والكشف عن الأمور المرتبطة بها.

2. منهجية الدراسة:

1.2. منهجية التحليل:

انطلاقاً من طبيعة البحث والأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها والتي تتمثل في تحديد مبادئ مكافحة غسيل الأموال التي تتبعها المصارف، وعلاقات ذلك في سمعتها المصرفية، واستكشاف الفروق في ذلك وفقاً لمتغيرات المنصب الوظيفي وسنوات الخبرة والتخصص العلمي،

والتي تسعى الدراسة إلى تحقيقها جرى استخدام المنهج الوصفي التحليلي على اعتبار بأنه أكثر المناهج مناسبة لأغراض البحث الحالي، ويعتمد هذا المنهج على دراسة ظاهرة تطبيق البنوك لمبادئ غسل الأموال وعلاقة ذلك في أبعاد السمعة المصرفية كما هي في الواقع ومن ثم وصفها وصفاً دقيقاً، ومن ثم التعبير عنها بصورة كمية أو كيفية من خلال تصميم الاستبانة وتوزيعها على الموظفين وأخذ الإجابات وتحليلها على شكل أرقام، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة بخصائصها والأمور التي ترتبط بها من تعريفات نظرية واجرائية، والتعبير الكمي يعطي الوصف الرقمي للظاهرة، فيوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها ومدى ارتباطها مع غيره من الظواهر (ديوري، 2000، 183). وبالتالي من خلال هذا المنهج جرى تصميم الاستبانة وبالتالي توفير البيانات الرقمية التي ساعدت في الوصول إلى الحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالاتها، ما زاد من رصيد المعرفة حول الموضوع. للتحقق من أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (Spss,25).

2.2. مصادر البيانات:

من أجل نجاح هذه الدراسة وتحقيق أهدافها، اعتمد الباحث على الجوانب الآتية في عملية جمع البيانات والمعلومات النظرية والميدانية:

- الجانب النظري: تم الاعتماد على مجموعة من الكتب والمؤلفات العربية والأجنبية، والمجلات والدوريات والبحوث العلمية، كما تم الاعتماد على الأطاريح الجامعية ذات العلاقة بموضوع الدراسة.
- الجانب الميداني: تم الاعتماد على عدد من الأدوات والوسائل الضرورية لتغطية الجانب الميداني في الدراسة، أبرزها:
 - أ- المقابلات الشخصية: حيث أجرى الباحث عدداً من المقابلات الشخصية مع المدراء والمشرفين في المصارف في مدينة كربلاء، وذلك من أجل الحصول على البيانات والمعلومات المستهدفة، فالغرض منها تقديم فكرة واضحة عن موضوع الدراسة لجمع البيانات الدقيقة.
 - استمارة الاستبانة: من أجل تحقيق هدف البحث المتمثل في التعرف على مبادئ مكافحة غسل الأموال وتأثيرها على أبعاد السمعة المصرفية جرى تصميم استبانة خاصة كأداة للبحث الحالي، وتم تطويرها بالاعتماد على الأدبيات التي تناولت متغيرات الدراسة بالإضافة إلى الاطلاع على عدد من الاستبانات المستخدمة في الدراسات السابقة ذات العلاقة، وتم مراعاة أن تكون مفردات الاستبانة متكيفة ومتلائمة مع مجتمع الدراسة، وجرى توزيع الاستبانة بطريقة (Drop in and pick up) حيث تم توزيع الاستبانة على المصارف، ومن ثم تم تحديد موعداً منهم للعودة واسترداد الاستبانة، وفي هذه الطريقة تحقق عدة مزايا أبرزها إعطاء الفرصة للمستجيب ليقوم بتعبئة الاستبانة وفقاً للوقت المناسب له، وإعطائه الحرية في الإجابة بعيداً عن ضغط المُقابل. وقد جرى تقسيم الاستبانة لقياس متغيرات الدراسة وتفسيرها إلى عدة أقسام رئيسية، وهي:

- **القسم الأول:** يشتمل على المعلومات العامة للمستجيب من حيث المؤهل العلمي والتخصص والمنصب الوظيفي وعدد سنوات الخبرة.
- **القسم الثاني:** يتعلق بالمبادئ التي يتبعها المصرف من أجل مكافحة عملية غسيل الأموال، وشمل الفقرات من (1) إلى (20) وتم قياس فقرات هذا القسم من خلال مقياس خماسي تراوحت أوزانه من حيث درجة الاستخدام ما بين غير مستخدمة تأخذ رقم (1) ومستخدمة بدرجة قليلة تأخذ (درجتين)، ومستخدمة بدرجة متوسطة تأخذ (3) درجات، ومستخدمة بدرجة كبيرة تأخذ (4) درجات، ومستخدمة بدرجة كبيرة جداً تأخذ (5) درجات.
- **القسم الثالث:** ويتعلق بأبعاد السمعة المصرفية، وشمل الفقرات من (21) إلى (40) وتم قياس فقرات هذا القسم من خلال مقياس خماسي تراوحت أوزانه من حيث درجة الموافقة ما بين غير موافق تأخذ رقم (1) وموافق بدرجة قليلة تأخذ (درجتين)، وموافق بدرجة متوسطة تأخذ (3) درجات، وموافق بدرجة كبيرة تأخذ (4) درجات، وموافق بدرجة كبيرة جداً تأخذ (5) درجات.
- **القسم الرابع:** يتعلق بتأثير استخدام المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال على أبعاد السمعة المصرفية للمصرف نفسه من وجهة نظر عدد من الموظفين، وتآلف من العبارات (41) إلى (49)، وتم قياس فقرات هذا القسم من خلال مقياس خماسي تراوحت أوزانه من حيث درجة الموافقة ما بين غير موافق تأخذ رقم (1) وموافق بدرجة قليلة تأخذ (درجتين)، وموافق بدرجة متوسطة تأخذ (3) درجات، وموافق بدرجة كبيرة تأخذ (4) درجات، وموافق بدرجة كبيرة جداً تأخذ (5) درجات.

3.2. حدود الدراسة:

- **حدود زمانية:** وهي الفترة التي تم تطبيق الأستبانة على عينة الدراسة البالغة 100 كادر مصرفي وذلك في الفترة الواقعة بين 1 تموز 2022 ولغاية 30 تموز 2022
- **حدود مكانية:** وهي البنوك العاملة في كربلاء التي طبقت عليها الدراسة في عام 2022 وتشمل (مصرف الرافدين فرع الهندية، مصرف الرافدين فرع الشهداء، مصرف الرافدين فرع العباس، مصرف التنمية الدولي، مصرف الرشيد فرع 21، مصرف الرشيد فرع الحسين، مصرف الرشيد فرع الطيف)
- **حدود بشرية:** وبشكل دقيق يتمثل مجتمع الدراسة بجميع العاملين في المصارف المذكورة سابقاً بمستوياتهم الإدارية المختلفة (العليا، الوسطى، الدنيا)، بالإضافة إلى مدراء الفروع، فمشاركة مدراء الفروع في البحث يسهم في جعل النتائج أكثر واقعية، ذلك لأنهم الأقرب إلى الميدان، والأكثر دراية بالعملاء وما يطبقه المصرف على أرض الواقع. وتم اعتماد أسلوب المسح الشامل في استطلاع آراء العاملين في المصارف المذكورة، حيث تم تطبيق أداة البحث على (120) موظفاً، وتم استرداد (100) استبياناً منها.

3.3. هيكلية الدراسة:

- تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول منها الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، بينما يتطرق المبحث الثاني إلى مواد البحث وطرائقه

3. الإطار النظري والدراسات السابقة

1.3. الإطار النظري

تعد عمليات غسل الأموال من أبرز الأنشطة الاقتصادية الجرمية والتي تحقق الربح العالية، وتهدف إلى إخفاء المصادر المتولدة عنها، وغالباً تأتي من تجارة المخدرات وغيرها من أنواع الفساد، ولا يوجد اتفاق عام حول ظاهرة غسل الأموال الأمر الذي يجعل مسألة تحديده أمر في غاية الصعوبة، فبعض الدول تأخذ بالمفهوم الواسع لغسيل الأموال من حيث اعتبار العائدات المالية لكافة الأعمال الجرمية طرفاً في غسل الأموال (تجارة المخدرات، الرقيق، الإرهاب، الرشوة، الفساد السياسي، البغاء، تجارة العملة، الاختلاس، تجارة السلاح، تزييف النقود، التهرب الضريبي، التجسس..... وغيرها). في حين تأخذ دول أخرى المفهوم الضيق لغسيل الأموال وهو محاولات إخفاء الأموال الناتجة عن العوائد المالية لتهريب المخدرات فقط دون غيرها من الجرائم (كامل، 2001، 161).

أ- تعريف غسل الأموال

هو جمع الأموال التي تنتج عن التجارة غير المشروعة، وبصفة خاصة المخدرات وتجارة الأسلحة مع الأموال النظيفة غير المستخدمة في هذه الأمور غير المشروعة، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأموال تختلف عن الأموال القذرة فهذه يتم الاحتفاظ بها سراً من أجل التهرب من الضرائب (أبو بكر، 2005، 15)، وتعد جريمة من الجرائم الاقتصادية التي يعاقب عليها القانون الدولي، وهوي سلسلة من العمليات الاقتصادية والمالية والتي يهدف من خلالها الفرد إلى إصباغ الصبغة الشرعية للأموال التي حصل عليها من أنشطة ومصادر غير شرعية، فهو يهدف إلى إخفاء المصدر الجرمي لهذه الأموال.

ان الأساس في جريمة غسل الأموال هو المال المقدر المجموع من عدد من المصادر والتي أبرزها تجارة المخدرات، إلا أنه وبعد التطورات في الوقت الحالي أصبحت هنالك رائم أخرى ترتبط بغسيل الأموال غير المخدرات، وعرفها (الأخضري، 2005، 3) بأنها تلك الجريمة التي يتم فيها التصرف بالأموال الناتجة عن النشاط غير المشروع بطريقة تخفي مصدرها الأصلي الحقيقي كي تجعله مشروعاً، وذلك عن طريق مجموعة من عمليات التحويل التي تتم بين المصارف. بينما عرفها (عبد الله، 2005) بأنها جريمة بيضاء عابرة للحدود تنشأ بشكل منظم ويقوم من خلالها أحدا الأشخاص بعدد من العمليات المالية المتتابة على هذه الأموال، ويستعين بمجموعة من الوسطاء للتعامل مع عملية التحويل هذه. بينما عرف برنامج الأمم المتحدة لمكافحة المخدرات بأنها عملية يلجأ من خلالها مهربي المخدرات إلى إخفاء الدخل الذي يعود عليهم من تلك التجارة فيخفون مصدره غير المشروع ويبحثون عن مصدر آخر مشروع، فهو باختصار التصرف في النقود بشكل يغطي على مصدرها الحقيقي (عبد الحميد، 2005، 234).

كما تعرف بأنها إخفاء وطمس المصدر الحقيقي للأموال المودعة لدى الجهاز المصرفي والناتجة عن عمليات غير مشروعة بهدف إكسابها صفة الشرعية، أو إعطاء معلومات مغلوبة عن هذا المصدر بأي وسيلة كانت، وتحويل الأموال أو استبدالها لغرض إخفاء أو تمويه مصدرها، كما يمتد هذا المصطلح ليشمل تملك الأموال غير المشروعة أو حيازتها أو استخدامها أو توظيفها بأي وسيلة من الوسائل لشراء أموال وأصول منقولة أو غير منقولة أو للقيام بعمليات مالية مختلفة (الريبيعي، 2005).

وفي إيطاليا التي تشتهر بتعدد نشاطات المنظمات الإجرامية فيها فقد عرفها المشرع بأنها "استبدال أية نقود أو سلع أو أية أموال أخرى مستمدة من أي نوع من الجرائم العمدية أو إخفاء مصدر هذه الأموال من الجرائم المستمدة منها" (الدليمي، 2006، 34). وعمد المجلس الأوروبي الى توسيع دائرة التجريم لتشمل جميع الجرائم التي تدر ربحا يصلح في أن يكون محلا لغسل الأموال، حيث عرف غسل الأموال بأنه "تغيير شكل المال من حال إلى أخرى وتوظيفه أو تحويله أو نقله مع العلم بأنه مستمد من نشاط إجرامي أو من فعل يعد مساهمة في مثل هذا النشاط وذلك بغرض إخفائه أو تمويه حقيقة أصله غير المشروع أو مساعدة أي شخص متورط في ارتكاب النشاط الإجرامي لتجنب النتائج القانونية لفعله، وتشكل ظاهرة غسل الأموال مشكلة عالمية، أصبحت تستحوذ اهتمام كل من صانعي السياسات الاقتصادية وبالتحديد القائمين على السياسات النقدية والمصرفية سواء محليا أو إقليميا أو عالميا، رغم ذلك لم يتوصل فقهاء القانون إلى تعريف جامع مانع لهذه الجريمة نظرا لحدائتها وسرعة تطورها الذي يساير تطور التكنولوجيا الحديثة. إلا أن الفقهاء حاولوا إعطاء عدة تعريفات مختلفة لهذه الظاهرة نذكر من أبرزها ما يلي:

- إخفاء حقيقة الأموال المستمدة من طريق غير مشروع، عن طريق القيام بتصديرها أو إيداعها في مصارف دول أخرى، أو نقل إيداعها أو توظيفها أو استثمارها في أنشطة مشروعة، للإفلات بها من الضبط والمصادرة، وإظهارها كما لو كانت مستمدة من مصادر مشروعة، سواء كان الإيداع أو النقل أو التحويل أو التوظيف أو الاستثمار قد تم في دول متقدمة أو في دول نامية.

- عملية إخفاء المشروعية على الأموال المتأتية من طرق محرمة شرعا أو مصادرها غير مشروعة قانونا وذلك من خلال القيا بمشاريع مقبولة اجتماعيا وقانونيا ومن ثم إدخالها ضمن الدورة الاقتصادية الشرعية وصولا إلى تداولها بصورة طبيعية ومشروعة.

ويتضح من خلال كافة التعريفات السابقة الذكر، أنها تتفق على أن اصطلاح غسل الأموال يتم استخدامه للتعبير عن مجموعة من العمليات المالية والأنشطة والطرق التي تهدف إلى قطع صلة مال غير مشروع بمصدره الإجرامي لإكسابه طابعا شرعيا، أي أن جوهر عملية غسل الأموال هو إخفاء أو تمويه طبيعة الأموال ذات المصدر الإجرامي وليس مجرد إخفاء الأموال عن أعين سلطات تنفيذ القانون.

في ضوء ما تقدم يمكن تقديم تعريف شامل لظاهرة غسل الأموال هو "كل سلوك يهدف إلى تمويه طبيعة الأموال غير المشروعة وقطع الصلة بينها وبين مصدرها الأصلي والحقيقي غير المشروع، وذلك من خلال مجموعة من العمليات المتداخلة لتبدو وكأنها متحصلة من مصدر مشروع، ليتمكن صاحبها من الاستفادة منها بتوظيفها في أنشطة أخرى مشروعة أو غير مشروعة، من دون ملاحقة من جانب السلطات المختصة.

ب- مبادئ مكافحة عمليات غسل الأموال:

هنالك جملة من الاجراءات التي يمكن اتباعها للوقاية من عمليات غسل الأموال، منها:

- التأكد من العملاء وهويتهم: وذلك عند كل عملية فتح حساب يتوجب على المصرف أن يجمع كافة البيانات اللازمة والوثائق الرسمية التي تتعلق بالعميل (طراونة والبطوش، 2005). وهذا ما أكدت عليه التوصيات الأربعين للجنة العمل الدولية (2003) حيث لم لا تُجيز فتح حسابات بأسماء مجهولة أو لأشخاص وهميين أو بأي شكل آخر لا يدل بصورة قاطعة على هوية فاتح الحساب وذلك في التوصية رقم (5) وأوجبت ضرورة التأكد من هوية العميل بطلب المستندات

الأصلية والمعلومات الحقيقية والاحتفاظ بمستندات تثبت ذلك. ودعت إجراءات مكافحة غسل الأموال من خلال الخطوط الاستراتيجية العالمية التي وضعتها اللجنة لتحديد هوية العملاء على اختلافهم سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو اعتباريين أو شركات التوصية، حيث دعت لضرورة التثبيت من صفة الشخص صاحب الحساب، وفي حالة كان العميل شركة يتم الحصول على معلومات كافية عن الهيكل التنظيمي للشركة، وأعضاء مجلس الإدارة، أما في شركات التوصية فيتم تحديد المعلومات حول هيكل الشركة، وفي حالة فتح حساب بالنيابة فيتم التأكد من وجود وكالة مع الاحتفاظ بها في المصرف.

- البرامج الداخلية للرقابة على عمليات غسل الأموال: تحت معظم الوثائق الدولية ذات الصلة جميع الدول الأطراف على إلزام المصارف والمؤسسات المالية بتطوير الأنظمة الرقابية الداخلية التي تتبعها لمكافحة عمليات غسل الأموال، فتمت التوصية على ضرورة تطوير السياسات والإجراءات الداخلية ودعت إلى ضرورة تطبيق إجراءات فعالة لكشف ومراقبة المعاملات وفقا للضوابط ودون إعاقة لحركة رؤوس الأموال، كما دعت إلى تعيين مسئولين نظاميين على مستوى الإدارية، واتخاذ التدابير المناسبة لضمان اختيار الموظفين، وإيجاد برامج تدريب مستمرة للموظفين وتوفير نظام للتدقيق والمراجعة الداخلية، هذا وأوصت اللجنة بضرورة قيام السلطات المصرفية بمساعدة المصارف والمؤسسات المالية على توفير برامج رقابية خاصة تساهم في مكافحة عمليات غسل الأموال، وفي هذا المجال ترى لجنة بازل (2001) ضرورة توفر أنظمة رقابة داخلية فعالة لدى المصارف تتطابق مع إجراءات "اعرف عميلك"، بحيث تتضمن مسئوليتها المراقبة المستمرة لأداء الموظفين من خلال فحص عينة من الالتزام ومراجعة تقارير الاستثناء لتبني الإدارة العليا في حالة وجود خلل ما في الإجراءات المطبقة. بينما دعت مبادئ وولفسبيرج (2002) إلى وضع نظام رقابة فعال ومكتوب يوضح فيه السياسات والإجراءات الرقابية القياسية، درجة الرقابة، التوقيت، المجالات التي تخضع للرقابة، المسؤوليات والمتابعات من خلال تقديم تقارير للإدارة بشكل منظم، وطالبت بإنشاء وحدة تدقيق مستقلة لاختبار البرامج المزمعة، كما حددت مبادئ وولفسبيرج (2002) المسئولية الرئيسية لمراقبة أنشطة الحساب حيث وضعتها على عاتق موظف الخدمات المصرفية وألزمته بان يكون على علم كامل بالمعاملات والأنشطة وخاصة غير العادية والمشبوهة منها، كما أوصت بضرورة وضع البرامج التدريبية للموظفين للتعريف بعمليات غسل الأموال وآلية منعها، وكيفية التعرف على العمليات غير العادية والمشبوهة، مع تزويدهم بمعلومات عن التغييرات التي تطرأ على القوانين واللوائح الخاصة بمكافحة غسل الأموال والإجراءات اللازمة.

- إنشاء وحدة خاصة لمكافحة عمليات غسل الأموال: تتضمن مبادئ وولفسبيرج (2002) على ضرورة التزام المصارف بإنشاء إدارة مستقلة ورفدها بكادر كاف من الموظفين تكون مسئولة عن منع عمليات غسل الأموال، كما أوجبت التوصية (26) من التوصيات الأربعين للجنة العمل الدولية الدول على تأسيس وحدة معلومات مالية يناط بها مهام استقبال وتحليل ونشر المعلومات عن حالات غسل الأموال على أن يتاح لها حق الاطلاع المباشر وغير المباشر على المعلومات المالية والإدارية والقانونية وفي الوقت المناسب لعملها، كما أكدت على ضرورة أن تُمنح الصلاحيات لاستخدام إجراءات إلزامية لأعداد سجلات المؤسسات المالية، أو تقديم المعلومات اللازمة وفرض عقوبات إدارية مناسبة في حالة الإخفاق، وأكدت اللجنة على ضرورة قيام الدول بتزويد الوحدة بالموارد المالية والبشرية والفنية اللازمة، مع ضرورة قيام الدولة بمراجعة فعالية وكفاءة أداء الوحدة ومدى نزاهة العاملين فيها.

- تدريب وتأهيل الموظفين: قد يشارك الموظف بدون قصد في إتمام بعض العمليات المشبوهة، من خلال تنفيذه للعمليات بشكل تلقائي دون أن يدرك المخاطر الجمة التي قد تحدث نتيجة عدم انتباهه لحثثيات مختلف المعاملات التي تمر عليه، ولذلك يجب أن تكون هذه المعاملات مبررة ومقرونة بالمستندات والبراهين الدالة على قانونيتها وإلا فإنه يتم رفضها من الأساس (الربيعي، 2005). وطالبت لجنة بازل المصارف بوجود برنامج مستمر لتدريب الموظفين بشكل كافي لمواجهة عمليات غسل الأموال، وخاصة للموظفين الجدد والموظفين ذوي العلاقة المباشرة مع الجمهور بحيث يتوجب على المصرف تدريبهم بشكل منتظم للتحقق من العملاء الجدد وممارسة الجهد المطلوب في التعامل مع حسابات العملاء الحاليين على أساس مستمر ولكشف نماذج النشاط المشبوه، كما دعت إلى ضرورة تحديث معلوماتهم وتطويرها وتذكيرهم بمسؤولياتهم بشكل مستمر.

ج- السمعة المصرفية

تحتاج المؤسسات والمنظمات والمصارف، في ظل المنافسة التي تتعرض لها، إلى تحقيق التميز والتفوق على غيرها، وذلك من خلال تقديمها لخدماتها وسلعها، بالتالي فإن قدرة المؤسسة على تحقيق سمعة متميزة وجيدة من أهم المعايير التي تجعلها تقف صامدة في ظل المنافسة الرهيبة في السوق (مهدي وشمران، 2017، 279). فسمعة المصرف تعد من أهم مقاييس نجاحه.

1- مفهوم السمعة المصرفية

يشير (باليت et al، 2010) إلى أن السمعة مهمة للمصارف جميعها الكبيرة والصغيرة فحتى المصارف ذات السمعة الراسخة تسعى للمحافظة على سمعتها الجيدة. وسمعة المصرف هي الانطباعات والمعلومات التي يتلقاها الجماهير من خلال مجموعة مختلفة من قنوات الاتصال والرموز، وعلى وجه الخصوص قد تكون سمعة المؤسسة مرتبطة بشكل كبير في الانطباع الذي يؤخذ من خلال الشكل العام للمصرف (Coombs، 2007) كما يمكن تحديد السمعة للمصرف عن طريق تجربة العملاء وتعاملهم مع المصرف بشكل مباشر، كما يمكن الحصول على السمعة من خلال اسم المؤسسة وسوقها ومنافستها مع المؤسسات. كما ووصف (إيكيرت Eckert، 2016) السمعة بأنها تقييم المستفيدين والعملاء لمدى مقدرة المصارف على تلبية متطلباتهم، وانطباعاتهم حول أعمالها وسياساتها، فكلما كان رأيهم ايجابياً دعموا المصرف واستمروا في علاقتهم معها. بينما أشار (ناصر وعبد الحسين، 2018، 420) إلى أن السمعة المصرفية مفهوم شامل يشير إلى ما يتوقعه العملاء من المصرف وخدماته وما يمكن أن يقدمه لهم، وتعد السمعة المصرفية من الموارد النادرة والتي يصعب تقليدها، ذلك لأن المصرف يقوم ببناء سمعته وتنميتها والمحافظة عليها لأنها تسهم في مساعدته على البقاء والاستمرار، بينما أوضح (الكرعاوي، 2017، 27) إلى أن السمعة المصرفية تشير إلى كل ما يعمل به المصرف ويتعلق بذاته في مجالات عدة وذلك يتمثل بهوية المصرف وصورته وسمعته، وفي سياق آخر أوضح (مهدي وشمران، 2017، 279) إلى أن السمعة المصرفية حصيلة للتفاعلات المختلفة التي يجريها المصرف مع العملاء وأفراد المجتمع، وتنتج عن هذه التفاعلات مؤشرات الثقة والاحترام، وهو مفهوم موجود غير ملموس يتمثل بالتصورات التي يحدثها العملاء عن خدمات وطريقة تعامل المصرف معهم.

بينما أوضح (طالب، 2020، 35) أن السمعة المصرفية عبارة عن مجموعة من السمات التراكمية الإيجابية والتي يحصل عليها المصرف من خلال ثقة العملاء والإخلاص والمصداقية، ويشعر العملاء بذلك من خلال تلبية المصرف لاحتياجاتهم وتطلعاتهم ما يحقق الجودة والتميز.

واعتبر (Huynh، 2019، 110) أن السمعة المصرفية هي السمة الأساسية في تحقيق القيمة للمصرف، كما أنها عامل مهم في تحقيق كفاءة وقوة المصرف، وهي من الآليات الأساسية لتحسين كفاءة التسويق وتحقيق الرضا لدى العملاء. وبينما أشار (البشتيني، 2019، 36) أن السمعة المصرفية هي الممارسات التي يقوم بها المصرف من أجل تحقيق الكفاءة والجودة في الأداء لتحقيق كسب ثقة عملاءه وإخلاصهم.

2- أهمية السمعة المصرفية:

من أهم السمات التي تميز السمعة المصرفية بأنها تتبع من القيمة التي تتكون لدى العميل والتي تتضمن بالاطمئنان واليقين من الأداء في المستقبل الأمر الذي يقوي الميزة التنافسية لدى المصرف، ويجعله يكسب ثقة العملاء، بالإضافة إلى تعظيم قدرة المصرف على تقديم خدمات عالية يستفيد منها العملاء (Pires & Trez، 2018، 53).

ان الوصول إلى السمعة المصرفية الجيدة من أهم عوامل نجاح المصرف، وتتم بترجمة المصرف للخطط التي يضعها لتحقيق أهدافه التي وضعها بشكل يمكن قياسه، وذلك من خلال العمل المستمر على أرض الواقع والارتقاء بمستوى الخدمات والمنتجات المقدمة (العمرى، 2018، 15).

3- متطلبات تكوين السمعة المصرفية:

لا تأتي السمعة المصرفية عن عبث، وإنما يجري تحقيقها وفقاً لجملة من المتطلبات الأساسية التي تسمح لكل مصرف بالتأسيس لسمعته المصرفية، وذلك بانعكاس تلك المتطلبات على الزبائن بصورة سليمة، فهناك عدد من الاحتياجات والمستلزمات لا بد لكل مصرف من اتباعها من أجل تكوين سمعة مصرفية طيبة، وأبرزها:

القيادة الفعالة: هنالك جملة من الخصائص للسمعة المصرفية كما أشرنا إليها سابقاً، ومن أبرزها إمكانية إدارتها بشكل ناجح، وذلك من خلال القدرة على البحث وتحليل المعلومات والاستفادة منها، فوجود إدارة كفؤ قادرة على إدارة المؤسسة بالشكل الصحيح والسليم وتكوين صورة إيجابية عن المصرف، باتباع سياسات وتطبيقات وأسس مقبولة للمصرف وللعملاء في نفس الوقت، فقدرة المصرف على إدارة السمعة أمر في غاية من الأهمية، فخسارة السمعة أمر سريع ولكن إعادة التأسيس لها أمر في غاية الصعوبة لا بل أنه قد يؤدي إلى جعل المصرف يغلق أبوابه، ووجود القيادة غير الفعالة قد يؤثر على السمعة لا بل أنه قد يؤدي خسارات مالية كبيرة. فالإدارة الفعالة تسهم في تكوين صورة إيجابية في ذهن العملاء، وتطوير استراتيجيات فعالة قادرة على مواجهة مختلف الأخطار والتهديدات التي قد يواجهها المصرف (النجار، 2018).

الاتصالات وإدارة الأزمات: فالاتصالات لها دور مهم في تحديد السمعة المصرفية، فالغاية منها تحسين سمعة المصرف من خلال التشبيك بين الجهات المختلفة والتنسيق بفعالية وبشكل خاص في حالة إدارة الأزمات، فعندما يواجه المصرف أزمة معينة تتمكن الاتصالات والإدارة الناجحة من السيطرة على الأزمة وإدارتها الأمر الذي لا يمس سمعة المصرف، ويتبع كل مصرف جملة من الجهود التي تجعله مواكباً لمختلف الأحداث الاقتصادية العالمية والمستجدات التي تجعل المصرف أكثر قدرة على مواجهة تلك الأزمات ولا سيما الأزمات العالمية.

الالتزام التنظيمي: فالمصرف قد يتعرض للكثير من المخاطر، سواء أكانت هذه المخاطر داخلية أم خارجية، ويعد الالتزام التنظيمي من العوامل المهمة هنا والتي قد تؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على سمعة المصرف، فالسمعة المصرفية السلبية قد تؤثر على مدى التزام الأفراد أو الموظفين العاملين فيها، لا بل وتفقد التزام الموظفين ذوي الكفاءة العالية، وتقل من نسبة الإيرادات الداخلة على المصرف وخسارة للكفاءات، بالتالي فالالتزام التنظيمي يتمثل بمدى قدرة الفرد على أن يحقق الاندماج مع المصرف وأن يهتم بالاستمرار فيه (مصطفى، 2021)

المسؤولية الاجتماعية: وتتمثل بإحساس المصرف بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بشكل عام، وذلك من خلال الاهتمام بجميع القضايا التي يهتم بها المجتمع.

2.3. الدراسات السابقة

سيجري في هذا القسم تقديم عرضاً موجزاً لأهم الدراسات السابقة التي ترتبط بموضوع الدراسة الحالية، والتي تمت الاستفادة منها في الجانب النظري وفي تفسير النتائج، وهي تتعلق (بمبادئ غسل الأموال، السمعة المصرفية).

1.2.3. الدراسات التي تتعلق بغسيل الأموال:

1.1.2.3. الدراسات العربية:

- **حشاب 2015، دراسة بعنوان: " آثار غسل الأموال على اقتصاديات الدول"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم غسل الأموال وآثاره السلبية على اقتصاديات الدول. خلصت هذه الدراسة إلى أنه لم تعد تقتصر مصادر غسل الأموال على تجارة المخدرات وإنما تعددت وشملت التهريب والاقتصاد الخفي وقضايا الفساد، تؤثر غسل الأموال بشكل سلبي على اقتصاديات الدول.

- **دراسة القضاة 2010 بعنوان: مسؤولية البنوك الأرنية عن غسل الأموال** عينة الدراسة (البنوك التجارية في الأردن) وهدفت الدراسة إلى بيان أهم وسائل غسل الأموال في الأردن. ومن نتائج الدراسة أن هنالك تهاون في اتباع آليات مكافحة غسل الأموال.

وفي هذه الدراسة تم التطرف فقط إلى مسؤولية البنك عن ظاهرة غسل الأموال دون آثارها وأساليب مكافحتها.

- **دراسة محمد 2015 بعنوان دور القطاع المصرفي التجاري في مكافحة غسل الأموال** وتشمل عينة الدراسة بنك الشمال الإسلامي بالسودان. هدفت الدراسة إلى تعرف دور القطاع المصرفي التجاري في مكافحة غسل الأموال. ومن نتائج الدراسة أن ظاهرة غسل الأموال تضعف جميع القطاعات، فهي ترتبط بأنشطة غير مشروعة، كما أنها تهدد الاستقرار الوطني. تختلف عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها فقط على جانب مكافحة الظاهرة.

- **دراسة أحمد 2020 بعنوان: " دور البنوك في مكافحة غسل الأموال"** واقتصرت عينة الدراسة على بنوك السودان وهدفت إلى تعرف دور البنوك والأساليب التي يتبعها في مكافحة غسل الأموال

نتائج الدراسة: تضعف ظاهرة غسل الأموال جميع القطاعات، فهي ترتبط بأنشطة غير مشروعة، كما أنها تهدد الاستقرار الوطني. تختلف عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها فقط على جانب مكافحة الظاهرة.

2.1.2.3. الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Arnold، 2020)

The phenomenon of money laundering in commercial banks: causes, sources and methods

عنوان الدراسة: " ظاهرة غسل الأموال في البنوك التجارية الأسباب والمصادر والأساليب" وشملت عينة الدراسة عدد من موظفي البنوك في ألمانيا وهدفت إلى معرفة ظاهرة غسل الأموال وأسبابها ومصادرها وأساليبها. وخلصت الدراسة الى ان المجتمعات تعيش بحالة من الخطورة نتيجة تفشي ظاهرة غسل الأموال.

- دراسة (Hmis، 2019) Banking secrecy and money laundering

عنوان الدراسة: " السرية المصرفية وعمليات غسل الأموال" وتكونت عينة الدراسة من المصارف في أمريكا هدف الدراسة هو معرفة العلاقة بين السرية المصرفية ومكافحة عمليات غسل الأموال وتوصلت الى ان هنالك علاقة بين السرية المصرفية ومكافحة عمليات غسل الأموال. اختلفت عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على التركيز على مكافحة غسل الأموال دون التطرق للجوانب الأخرى

2.2.3. الدراسات التي تتعلق بالسمعة:

1.2.2.3. الدراسات العربية:

- دراسة بوترعة والعلوي 2021 بعنوان: " سمعة المؤسسة بين حتمية راجعة الآليات التقليدية وضرورة تبني التحولات الالكترونية". شملت عينة الدراسة عدد من المؤسسات في الجزائر وهدفت إلى إبراز دور مفهوم سمعة المؤسسة ودور تكنولوجيا المعلومات في تطويره. توصلت الدراسة إلى أن السمعة الإيجابية تساعد على زيادة رأس المال للمؤسسات والمصارف وتسهم في زيادة ثقة الجمهور فيه. اختلفت عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على مؤسسات عامة وليس مصارف.

- دراسة أبو مؤنس 2016 بعنوان: " مخاطر السمعة والالتزام بالشرعية في المصارف الإسلامية" وشملت عينة الدراسة البنوك المركزية والإسلامية في الأردن. هدفت الدراسة إلى بيان إشكالية حساسية إدارة المصارف نحو مخاطر سمعة الالتزام بأحكام الشرعية. توصلت الدراسة الى ان معايير اختيار هيئات الرقابة الشرعية ترتبك بمخاطر السمعة في المصارف الإسلامية. تختلف عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على المصارف الإسلامية فقط والتطرق لناحية الالتزام بالشرعية.

- دراسة عبد اللطيف 2020 بعنوان: " العلاقة بين سمعة المنظمة والاحتفاظ بالعميل " وشملت عينة الدراسة البنوك التجارية في مدينة المنصورة بمصر وهدفت إلى معرفة العلاقة بين سمعة المصرف والاحتفاظ بالعميل. وتوصلت هذه الدراسة الى وجود ارتباط إيجابي بين سمعة المصرف والاحتفاظ بالعميل، فالأثر المعنوي لسمعة المنظمة يسهم في الاحتفاظ بالعملاء. تختلف عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها بعد الاحتفاظ بالعملاء فقط دون التطرق لجوانب أخرى.

- عبد الحميد وآخرون 2020 بعنوان: " العلاقة بين سمعة المنظمة وثقة العميل" وشملت عينة الدراسة البنوك التجارية في مصر وهدفت إلى معرفة العلاقة بين سمعة المصرف وثقة العميل. ومن نتائج الدراسة وجود ارتباط إيجابي بين سمعة المصرف وكسب ثقة العميل، ولا توجد فروق في ذلك تبعاً لاختلاف نوع المصرف عام أم خاص. اختلفت عن الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على بعد كسب العملاء فقط دون التطرق لجوانب أخرى

- دراسة (Anderson، 2020) The reputation of the bank and the phenomena affecting it

عنوان الدراسة هو: "سمعة المصرف والظواهر التي تؤثر عليها" وشملت عينة الدراسة مصارف في أمريكا وهدفت إلى دراسة العوامل التي تؤثر سلباً على سمعة المصرف. وخلصت إلى أن ظاهرة غسل الأموال تسهم بالتأثير السلبي على سمعة المصرف.

وفيما يأتي ملاحظات الباحث حول الدراسات السابقة:

- قلة البحوث والدراسات العراقية والعربية التي تناولت مفهوم الربط بين استخدام المصرف لمبادئ مكافحة غسل الأموال في المحافظة على سمعته المصرفية.
- لا تعد هذه الدراسة مختلفة عن الدراسات السابقة وإنما تكملتها لها، فكانت الدراسات السابقة نقطة الأساس التي ارتكز عليها الباحث في دراسته.
- اعتمدت الدراسات السابقة على المؤسسات والمصارف الخاصة أكثر من اعتمادها على العامة.

4. مواد البحث وطرائقه

1.4. النتائج المتعلقة بمبادئ غسل الأموال بأبعاده:

لغرض فحص نتائج التحليل الخاص بمبادئ غسل الأموال ومدى توفرها لدى المصارف موضوع الدراسة، وذلك في ضوء اجابات الأفراد المشمولين بالدراسة على فقرات الاستبانة، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية وشدة الإجابة ومعامل الاختلاف والأهمية النسبية لآراء مجتمع الدراسة تجاه كل بعد من أبعاد مبادئ مكافحة غسل الأموال، وبيّن الجدول الآتي تشخيص آراء أفراد العينة حول مبادئ مكافحة غسل الأموال:

جدول (5) - تشخيص آراء مجتمع الدراسة حول مبادئ غسل الأموال

م	العبارات	المتوسط الحسابي الموزون	شدة الإجابة	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
المحور الأول- التأكد من العملاء وهويتهم						
1	يقوم المصرف بجمع البيانات اللازمة عن العميل.	4	70%	0,66	16,5	الأول
2	يقوم المصرف بالتأكد من الوثائق الرسمية للعميل.	3,21	66%	0,34	10,5	الثالث
3	لا يسمح المصرف بالأسماء المجهولة فتح حسابات لديه.	4	70%	0,66	16,5	الأول
4	يقوم المصرف بطلب المستندات الأصلية والمعلومات الحقيقية من العميل والاحتفاظ بها.	3,8	68%	0,32	8,4	الثاني
5	يقوم المصرف بالتثبت من صفة الشخص صاحب	3,2	66%	0,32	10	الثالث

الحساب.					
	56,5	12,4	%76	21,4	الدرجة الكلية
المحور الثاني- الرقابة الداخلية للمصرف					
1	16,5	0,66	%70	4	يلتزم المصرف بنظام رقابة داخلية تسهم في مكافحة غسيل الأموال.
2	16,0	0,69	%75	4,3	يتبع المصرف السياسات والاجراءات المناسبة لمراقبة المعاملات.
3	15,5	0,67	%73	4,1	يتخذ المصرف التدابير المناسبة لضمان اختيار الموظفين.
4	16,5	0,66	%70	4	يؤمن المصرف نظام خاص بالتدقيق والمراجعة الداخلية.
5	13,4	0,43	%66	3,2	يجري المصرف المراقبة المستمرة لأداء الموظفين بفحص عينة من الالتزام ومراجعة تقارير الاستثناء.
	44,2	8,5	%68	19,2	الدرجة الكلية
المحور الثالث- وحدة مكافحة غسيل الأموال					
1	16,5	0,66	%70	4	يلتزم المصرف بإنشاء وحدة إدارة مستقلة لمنع عمليات غسيل الأموال.
2	15,8	0,68	%78	4,3	أسس المصرف وحدة معلومات مالية مهمتها تحليل ونشر المعلومات عن حالات غسيل الأموال.
3	15,7	0,71	%77	4,5	يقدم المصرف المعلومات اللازمة للجهات المعنية عن أي حالات غسيل للأموال.
4	16,12	0,661	%73	4,1	يسمح المصرف للجهات المعنية بالاطلاع على سجلاته المالية.
5	16,6	0,671	%75	4,2	يقوم المصرف بإجراء مراجعة لفعالية وكفاءة الموظفين ومدى نزاهتهم.
	30,0	5,1	%76	16,5	الدرجة الكلية
المحور الرابع- تدريب وتأهيل الموظفين					
1	16,5	0,66	%70	4	يقوم المصرف بإجراء تدريبات مستمرة للموظفين لمواجهة عمليات غسيل الأموال.
2	9,6	0,32	%67	3,3	يقوم المصرف بإجراء التدريبات اللازمة للموظفين الجدد.

3	يقوم المصرف بالتأكد من مدى ممارسة الموظفين للجهد المطلوب في التعامل مع حسابات العملاء.	3,2	%66	0,23	10	الرابع
4	يحاول المصرف الكشف عن أي نشاط مشبوه قد يقوم به الموظفون.	3,1	%65	0,23	7,4	الخامس
5	يقوم المصرف بتحديث المعلومات المتعلقة بالعملاء وتذكيرهم بمسؤولياتهم بشكل مستمر.	4,5	%80	0,69	15,3	الأول
	الدرجة الكلية	20,6	%85	7,4	35,9	

ويتبين من الجدول السابق:

- أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور الرقابة الداخلية في البنوك قد بلغ (19,2) بانحراف معياري (8,5) وبمعامل اختلاف (44,2) وبشدة إيجابية (68%).
 - أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور التأكد من العملاء وهويتهم قد بلغ (21,4) بانحراف معياري (12,4) وبمعامل اختلاف (56,5) وبشدة إيجابية (76%).
 - أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور وحدة مكافحة غسيل الأموال قد بلغ (16,5) وبانحراف معياري (5,1) وبمعامل اختلاف (30,0) وبشدة إيجابية (76%) ما يؤكد على قيام البنوك بتفعيل وحدة المكافحة للمراقبة المستمرة لأية حوادث غسيل أموال من الممكن أن تحدث.
 - أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور تدريب وتأهيل الموظفين في الدرجة الكلية قد بلغ (20,5%) بانحراف معياري (7,4) وبشدة إيجابية (85%) ومعامل اختلاف (35,9) ما يؤكد على الدور الذي تلعبه إدارة المصارف في تأهيل وتدريب الموظفين ودور ذلك في تفعيل مبادئ مكافحة غسيل الأموال.
- وفيما يأتي شرح تفصيلي لآراء مجتمع الدراسة حول فقرات الأبعاد:

1- التأكد من العملاء وهويتهم: فالفقرة التي تتعلق بقيام المصرف بجمع البيانات اللازمة عن العميل والفقرة التي تتعلق بعدم سماح المصرف للأسماء المجهولة بفتح الحسابات لديه المرتبة الأولى في ترتيب الفقرات بمتوسط موزون (4) وانحراف معياري (0,66) وبمعامل اختلاف (16,5) وشدة الإيجابية (70%)، وكانت في المرتبة الثانية الفقرة الرابعة التي تتعلق بقيام المصرف بطلب المستندات الأصلية والمعلومات الحقيقية من العميل والاحتفاظ بها بوسط موزون (3,8) وانحراف معياري (0,32) وبمعامل اختلاف (8,4) وشدة إيجابية (68%)، وفي المرتبة الثالثة كانت الفقرة الثانية التي تتعلق بقيام المصرف بالتأكد من الوثائق الرسمية للعميل، والفقرة الخامسة التي تتعلق بقيام المصرف بالتنبؤ من صفة الشخص صاحب الحساب بوسط موزون (3,2) وانحراف معياري (0,32) ومعامل اختلاف (10) وشدة إيجابية (66%). أما المعدل العام لبعدهم التأكد من العملاء وهويتهم فقد بلغ المتوسط الحسابي الموزون لمحور التأكد من العملاء وهويتهم قد بلغ (21,4) بانحراف معياري (12,4) وبمعامل اختلاف (56,5) وبشدة إيجابية (76%). ما يدل على أن مجتمع الدراسة من الموظفين يدركون أهمية التأكد من العملاء وهويتهم في سبيل مكافحة عمليات غسيل الأموال.

2- الرقابة الداخلية للمصرف: فكانت الفقرة الثانية التي تتعلق بتتبع المصرف للسياسات والاجراءات المناسبة لمراقبة المعاملات في المرتبة الأولى بوسط موزون (4,3) وانحراف معياري (0,69) ومعامل اختلاف (16,0) وبشدة إجابة (75%)، وفي المرتبة الثانية كانت اتخاذ المصرف للتدابير المناسبة لضمان اختيار الموظفين بمتوسط موزون (4,1) وانحراف معياري (0,67) ومعامل اختلاف (15,5) وبشدة إجابة (73%)، وفي المرتبة الثالثة كانت الفقرة الرابعة إيمان المصرف بنظام خاص بالتدقيق والمراجعة الداخلية بمتوسط موزون (4) وانحراف معياري (0,66) ومعامل اختلاف (16,5) وبشدة إجابة (70%)، وكذلك الفقرة التي تتعلق بالتزام المصرف بنظام رقابة داخلية تسهم في مكافحة غسل الأموال، وفي المرتبة الأخيرة كانت قيام المصرف بإجراء المراقبة المستمرة لأداء الموظفين وفحص عينة من الالتزام ومراجعة تقارير الاستثناء بوسط موزون (3,2) وانحراف معياري (0,43) ومعامل اختلاف (13,4) بشدة إجابة (66%)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للبعد أو المعدل العام يتبين من الجدول أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور الرقابة الداخلية في البنوك قد بلغ (19,2) بانحراف معياري (8,5) وبمعامل اختلاف (44,2) وبشدة إجابة (68%).

ما يدل على أن مجتمع الدراسة من الموظفين يدركون أهمية إجراء عمليات الرقابة الداخلية للمصرف بشكل مستمر.

3- وحدة مكافحة غسل الأموال:

فقد كانت في المرتبة الأولى تأسيس المصرف لوحدة معلومات مالية مهمتها تحليل ونشر المعلومات عن حالات غسل الأموال بوسط موزون (4,3) وانحراف معياري (0,68) ومعامل اختلاف (15,8) وبشدة إجابة (78%) وفي المرتبة الثانية كانت قيام المصرف بتقديم المعلومات اللازمة للجهات المعنية عن أي حالات غسل الأموال بوسط موزون (4,5) وانحراف معياري (0,71) ومعامل اختلاف (15,7) وبشدة إجابة (77%)، وفي المرتبة الثالثة كانت قيام المصرف بإجراء مراجعة لفعالية وكفاءة الموظفين ومدى نزاهتهم بوسط موزون (4,2) وانحراف معياري (0,671) ومعامل اختلاف (16,6) وشدة إجابة (75%)، وفي المرتبة الرابعة كانت السماح المصرف للجهات المعنية بالاطلاع على سجلاته المالية بوسط موزون (4,1) وانحراف معياري (0,661) ومعامل اختلاف (16,1) وشدة إجابة (73%)، وفي المرتبة الخامسة كانت التزام المصرف بإنشاء وحدة إدارة مستقلة لمنع عمليات غسل الأموال بوسط موزون (4) وانحراف معياري (0,66) ومعامل اختلاف (15,6) وشدة إجابة (70%). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للبعد يتبين أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور وحدة مكافحة غسل الأموال قد بلغ (16,5) وبانحراف معياري (5,1) وبمعامل اختلاف (30,0) وبشدة إجابة (76%) ما يؤكد على قيام البنوك بتفعيل وحدة مكافحة للمراقبة المستمرة لأية حوادث غسل أموال من الممكن أن تحدث، ما يدل على أن مجتمع الدراسة من الموظفين يدركون أهمية إنشاء وحدة مكافحة غسل الأموال في سبيل مكافحة عمليات غسل الأموال.

4- تدريب وتأهيل الموظفين: ويتبين من الجدول السابق أن المرتبة الأولى كانت لصالح قيام المصرف بتحديث المعلومات المتعلقة بالعملاء وتذكيرهم بمسؤولياتهم بشكل مستمر، فقد بلغ المتوسط الموزون (4,5) بانحراف معياري (0,69) ومعامل اختلاف (15,3) وبشدة إجابة (80%)، وفي المرتبة الثانية كانت قيام المصرف بإجراء تدريبات مستمرة للموظفين لمواجهة عمليات غسل الأموال بمتوسط موزون (4) وانحراف معياري (0,66) وبمعامل اختلاف (16,5) وبشدة إجابة (70%)، وفي المرتبة الثالثة كانت قيام المصرف بإجراء التدريبات اللازمة للموظفين الجدد بوسط موزون (3,3) وانحراف معياري (0,23) ومعامل اختلاف (10) وشدة الإجابة (67%)،

وفي المرتبة الرابعة كانت فقرة قيام المصرف بالتأكد من مدى ممارسة الموظفين للجهد المطلوب في التعامل مع حسابات العملاء بوسط موزون (3,2) وانحراف معياري (0,23) ومعامل اختلاف (10) وبشدة إجابة (66%)، وفي المرتبة الأخيرة كانت محاولة المصرف الكشف عن أي نشاط مشبوه قد يقوم به الموظفين بوسط موزون (3,1) وانحراف معياري (0,23) ومعامل اختلاف (7,4) وبشدة إجابة (65%). ويتبين من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي الموزون لمحور تدريب وتأهيل الموظفين في الدرجة الكلية قد بلغ (20,5%) بانحراف معياري (7,4) وبشدة إجابة (85%) ومعامل اختلاف (35,9) ما يؤكد على الدور الذي تلعبه إدارة المصارف في تأهيل وتدريب الموظفين ودور ذلك في تفعيل مبادئ مكافحة غسل الأموال. ما يدل على أن مجتمع الدراسة من الموظفين يدركون أهمية التأكد من العملاء وهوياتهم في سبيل مكافحة عمليات غسل الأموال.

5. مناقشة النتائج

لغرض فحص نتائج التحليل الخاص بأبعاد السمعة المصرفية ومدى توفرها لدى المصارف موضوع الدراسة، وذلك في ضوء استجابات الأفراد على فقرات الاستبانة، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية وشدة الإجابة ومعامل الاختلاف والأهمية النسبية لآراء مجتمع الدراسة تجاه كل بعد من أبعاد السمعة المصرفية، وبيّن الجدول الآتي تشخيص آراء أفراد العينة حول مبادئ مكافحة غسل الأموال:

جدول (6) - تشخيص آراء مجتمع الدراسة حول أبعاد السمعة المصرفية

م	العبارات	المتوسط الموزون	شدة الإجابة	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
المحور الأول- الجودة والموثوقية						
1	يسعى المصرف نحو تحقيق التوافق بين الخدمات التي يعلن عنها والمعايير الدولية لتلك الخدمات.	4	88%	0,46	11,5	الأول
2	يحرص المصرف على جعل الخدمات التي يقدمها متفقة مع ما يرغب به العميل.	3,4	75%	0,31	9,11	الرابع
3	يحاول المصرف كسب رضا العملاء عن طريق تقديم خدمات متميزة.	4,1	85%	0,47	11,4	الثاني
4	يحاول المصرف تحقيق الأهداف التي رسمها في بداية تأسيسه.	4,3	88%	0,51	11,9	الأول
5	يحاول المصرف أن يفي بالوعود التي يقدمها للعملاء.	3,1	82%	0,25	8,06	الثالث
	الدرجة الكلية	19,2	79%	2,4	12,5	
المحور الثاني- الأداء المالي						
1	يقوم المصرف بإجراء عمليات مراجعة مستمرة لكل ما ينجزه.	2,9	68%	0,14	4,8	الخامس
2	يقوم المصرف بتقييم الخطط التي يضعها.	3,0	78%	0,45	15	الثاني

3	يوضح المصرف بشكل مستمر للموظفين ضرورة القيام بعمليات المراجعة والتقييم.	4,3	%76	0,76	17,6	الثالث
4	يقوم المصرف بالمقارنة بين الأهداف التي وضعها ووضعه في الوقت الحالي.	3,0	%74	0,45	15	الرابع
5	يهتم المصرف بتنفيذ اجراءات الأداء المالي بشكل متميز	3,9	%80	0,56	14,3	الأول
	الدرجة الكلية	20,4	%79	4,3	21,0	
المحور الثالث- المسؤولية الاجتماعية						
1	يلتزم المصرف بتقديم الخدمات التي يعرضها على العملاء.	4,3	%80	0,47	10,9	الثالث
2	يحقق المصرف مصلحته ومصلحة العملاء في نفس الوقت.	4,1	%76	0,45	10,97	الخامس
3	يحاول المصرف تلبية طموحات العملاء.	4,5	%79	0,51	11,3	الرابع
4	يسعى المصرف لأن يقدم خدمات متميزة.	4,1	%86	0,44	10,7	الأول
5	يهتم المصرف بالاستجابة لمتطلبات العملاء.	3,6	%83	0,40	11,11	الثاني
	الدرجة الكلية	18,2	%67	3,6	19,7	
المحور الرابع- السلوك الأخلاقي						
1	يتبع المصرف سياسة أخلاقية معينة.	4,1	%87	0,44	10,7	الأول
2	يضع المصرف سياسته الأخلاقية بما يتوافق مع رغبات العميل.	4	%78	0,42	10,5	الرابع
3	يسعى المصرف بسياسته الأخلاقية نحو جذب انتباه العملاء.	3,8	%84	0,36	10,2	الثاني
4	يضع المصرف سياسة أخلاقية تسهم في جذب أكبر عدد ممكن من العملاء.	4,1	%77	0,44	10,7	الخامس
5	يسعى المصرف نحو تقديم خدمات مختلفة عن المنافسين بهدف تحقيق رضا العملاء.	4,6	%80	0,65	14,1	الثالث
	الدرجة الكلية	22,1	%88	4,5	20,3	

ويتبين من الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالمحور الأول وهو الجودة والموثوقية، فقد بلغ الوسط الموزون للمحور ككل (19,2) بانحراف معياري (2,4) وبمعامل اختلاف (12,5) وشدة الإجابة (79%) ما يدل على أن المصارف تسعى نحو تطبيق الجودة والموثوقية في الخدمات التي يقدمها.

وفيما يتعلق بالمحور الثاني وهو الأداء المالي فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (20,4) بانحراف معياري (4,3) ومعامل اختلاف (21,0) وبشدة إيجابية (79%)، ما يدل على أن المصارف تسعى نحو تحقيق الكفاءة في الأداء المالي. وفيما يخص المحور الثالث وهو المسؤولية الاجتماعية، فقد بلغ المتوسط الموزون (18,2) بانحراف معياري (3,6) وبمعامل اختلاف (19,7) وبشدة إيجابية (67%)، ما يدل على أن المصرف يؤمن بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء. أما محور السلوك الأخلاقي فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (22,1) بانحراف معياري (4,5) وبمعامل اختلاف (20,3) وبشدة إيجابية (88%).

وفيما يأتي شرح تفصيلي لآراء مجتمع الدراسة حول فقرات الأبعاد:

1- **الجودة والموثوقية:** فقد كانت في المرتبة الأولى الفقرات التي تدل على سعي المصرف نحو تحقيق التوافق بين الخدمات التي يعلن عنها والمعايير الدولية لتلك الخدمات، ومحاولة المصرف تحقيق الأهداف التي رسمها منذ البداية، فقد بلغ المتوسط الموزون (4,3) بانحراف معياري (0,46) وبمعامل اختلاف (11,5) وبشدة إيجابية (88%) لكلا الفقرتين، وفي المرتبة الثانية كانت الفقرة التي تتعلق بمحاولة المصرف لكسب رضا العميل عن طريق تقديم خدمات متميزة بوسك موزون (4,1) وانحراف معياري (0,47) وبمعامل اختلاف (11,4) وبشدة إيجابية (85%)، أما في المرتبة الثالثة فكانت الفقرة التي تتعلق بمحاولة المصرف أن يفني بالوعود التي يقدمها للعملاء بوسط موزون (3,1) وانحراف معياري (0,25) وبمعامل اختلاف (8,06) وبشدة إيجابية (82%)، وفي المرتبة الرابعة كانت الفقرة التي تتعلق بحرص المصرف على جعل الخدمات التي يقدمها متفقة مع ما يرغب به العميل، فقد بلغ المتوسط الموزون (3,4) بانحراف معياري (0,31) ومعامل اختلاف (9,11) وبشدة إيجابية (75%). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمحور الأول وهو الجودة والموثوقية، فقد بلغ الوسط الموزون للمحور ككل (19,2) بانحراف معياري (2,4) وبمعامل اختلاف (12,5) وشدة الإيجابية (79%) ما يدل على أن المصارف تسعى نحو تطبيق الجودة والموثوقية في الخدمات التي يقدمها.

2- **الأداء المالي:** كانت في المرتبة الأولى الفقرة التي تتعلق باهتمام المصرف بتنفيذ إجراءات الأداء المالي بشكل متميز، فقد بلغ الوسط الموزون (3,9) بانحراف معياري (0,56) ومعامل اختلاف (14,3) وبشدة إيجابية (80%)، وفي المرتبة الثانية الفقرة التي تتعلق بقيام المصرف بتقييم الخطط التي يضعها بوسط موزون (3,0) بانحراف معياري (0,45) ومعامل اختلاف (15) وبشدة إيجابية (78%)، وفي المرتبة الثالثة الفقرة التي تتعلق بتضيق المصرف بشكل مستمر للموظفين بضرورة القيام بعمليات التقييم والمراجعة فقد بلغ الوسط الموزون (4,3) بانحراف معياري (0,76) ومعامل اختلاف (17,1) وبشدة إيجابية (76%)، وفي المرتبة الرابعة كانت الفقرة التي تتعلق بمقارنة المصرف بين الأهداف التي وضعها في بداية تأسيسه وبين الوضع في الوقت الحالي، وذلك بوسط موزون (3,0) وانحراف معياري (0,45) وبمعامل اختلاف (15) وبشدة إيجابية (74%)، وفي المرتبة الأخيرة كان البعد الذي يتعلق بقيام المصرف بإجراء عمليات مراجعة مستمرة لكل ما ينجزه بوسط حسابي موزون (2,9) وانحراف معياري (0,14) وبمعامل اختلاف (4,8) وبشدة إيجابية (68%). وفيما يتعلق بالأداء الكلي على بعد الأداء المالي فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (20,4) بانحراف معياري (4,3) ومعامل اختلاف (21,0) وبشدة إيجابية (79%)، ما يدل على أن المصارف تسعى نحو تحقيق الكفاءة في الأداء المالي.

3- **المسؤولية الاجتماعية:** وفي محور المسؤولية الاجتماعية فقد كانت الفقرة التي تتعلق بسعي المركز نحو تقديم خدمات متميزة في المرتبة الأولى بوسط حسابي موزون (4,1) وانحراف معياري (0,44) وبمعامل اختلاف (10,7) وبشدة إجابة (86%)، وفي المرتبة الثانية كانت للفقرة التي تتعلق باهتمام المصرف بالاستجابة لطلبات العملاء بوسط حسابي موزون (3,6) وانحراف معياري (0,40) ومعامل اختلاف (11,11) وبشدة إجابة (83%)، والمرتبة الثالثة كانت لصالح التزام المصرف بتقديم الخدمات التي يعرضها على العملاء بوسط حسابي موزون (4,3) وانحراف معياري (0,47) ومعامل اختلاف (10,9) وبشدة إجابة (80%)، وفي المرتبة الرابعة كانت الفقرة التي تتعلق بسعي المركز نحو تلبية طموحات العملاء بوسط حسابي موزون (4,5) وانحراف معياري (0,51) ومعامل اختلاف (11,3) وبشدة إجابة (79%) وفي المرتبة الأخيرة كانت لصالح سعي المصرف نحو تحقيق مصلحته ومصلحة العميل في نفس الوقت بوسط حساب موزون (4,1) وانحراف معياري (0,45) وبمعامل اختلاف (10,97) وبشدة إجابة (76%)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للأداء على البعد، فقد بلغ المتوسط الموزون (18,2) بانحراف معياري (3,6) وبمعامل اختلاف (19,7) وبشدة إجابة (67%)، ما يدل على أن المصرف يؤمن بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء.

4- **السلوك الأخلاقي:** كانت في المرتبة الأولى الفقرة التي تتعلق بتتبع المصرف لسياسة أخلاقية معينة بوسط حسابي موزون (4,1) وانحراف معياري (0,44) وبمعامل اختلاف (10,10) وبشدة إجابة (87%)، وفي المرتبة الثانية كانت سعي المصرف بالسياسة الأخلاقية التي يتبعها نحو جذب انتباه العملاء، فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (3,8) بانحراف معياري (0,36) وبمعامل اختلاف (10,2) وبشدة إجابة (84%)، وفي المرتبة الثالثة كانت الفقرة التي تتعلق بسعي المصرف نحو تقديم خدمات مختلفة عن المنافسين بهدف تحقيق رضا العملاء، فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (4,6) بانحراف معياري (0,65) ومعامل اختلاف (14,1) وبشدة إجابة (80%)، وفي المرتبة الرابعة كانت الفقرة التي تتعلق بوضع المصرف لسياسته الأخلاقية بما يتوافق مع رغبات العميل فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (4,1) بانحراف معياري (0,44) ومعامل اختلاف (10,7) وبشدة إجابة (77%).

أما محور السلوك الأخلاقي فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (22,1) بانحراف معياري (4,5) وبمعامل اختلاف (20,3) وبشدة إجابة (88%).

ومن خلال تفحص النتائج السابقة المتعلقة بالوصف الإحصائي لاستجابات عينة الدراسة حول أبعاد مكافحة غسيل الأموال، وجميعها كانت ضمن مستوى مرتفع وفوق الوسط ما يدل على أن المصارف تهتم بأبعاد مكافحة غسيل الأموال. ويمكن تلخيص ذلك في الجدول الآتي:

جدول (7) - تشخيص آراء مجتمع الدراسة حول ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد مكافحة غسيل الأموال

م	العبارات	المتوسط الموزون	شدة الإجابة	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
1	الجودة والموثوقية	19,2	79%	2,4	12,5	الثاني
2	الأداء المالي	20,4	79%	4,3	21,0	الثاني
3	المسؤولية الاجتماعية	18,2	67%	3,6	19,7	الثالث
4	السلوك الأخلاقي	22,1	88%	4,5	20,3	الأول

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية ويتبين من النتائج في الجدول السابق أن المرتبة الأولى كانت لمحور السلوك الأخلاقي فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (22,1) بانحراف معياري (4,5) وبمعامل اختلاف (20,3) وبشدة إجابة (88%)، والمرتبة الثانية لصالح محوري الجودة والموثوقية والأداء المالي، فقد بلغ المتوسط الموزون للدرجة الكلية (20,4) بانحراف معياري (4,3) ومعامل اختلاف (21,0) وبشدة إجابة (79%)، ما يدل على أن المصارف تسعى نحو تحقيق الكفاءة في الأداء المالي. وفي المرتبة الأخيرة كانت الفقرات التي تتعلق بمحور المسؤولية الاجتماعية، فقد بلغ المتوسط الموزون (18,2) بانحراف معياري (3,6) وبمعامل اختلاف (19,7) وبشدة إجابة (67%)، ما يدل على أن المصرف يؤمن بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء.

مناقشة

يهدف اختبار فرضيات الدراسة استخدم الباحث وسيلتين إحصائيتين هما: معاملات الارتباط، واختبار اختبار كروسكال-والاس لتحديد دلالة الفروق بين العينات، واستخدمت معاملات الارتباط لتحديد العلاقة الارتباطية بين تطبيق مبادئ مكافحة غسل الأموال والسمعة المصرفية لعدد من المصارف في مدينة كربلاء.

أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي لتحديد نوع الأسلوب الإحصائي المستخدم:

استخدام الباحث اختبار مولمجروف- سمرنوف Kolmogorov Smirnov Test وهو الاختبار الإحصائي المستخدم من أجل تحديد ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (8) - نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

م	المجال	درجة المعنوية
1	مبادئ مكافحة غسل الأموال المتبعة في المصرف	0,000
2	أبعاد السمعة المصرفية للمصرف	0,000
3	تأثير استخدام مبادئ مكافحة غسل الأموال على السمعة المصرفية	0,000
4	جميع مجالات الاستبانة	0,04

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

وهذا يعني أن درجة المعنوية لجميع مجالات الاستبانة كانت أقل من مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) وبالتالي يدل ذلك على أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيجري الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية من أجل إجراء الاختبارات المختلفة في الدراسة.

- اختبار فرضية العلاقة:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المصرف لمبادئ غسل الأموال وسمعته المصرفية. ولاختبار صحة هذه الفرضية تم الاعتماد على معامل الارتباط سبيرمان لاختبار العلاقة بين اعتماد المصرف لمبادئ مكافحة غسل الأموال وسمعة المصرف، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (9) - قمة معامل الارتباط سبيرمان بين اعتماد المصرف لمبادئ مكافحة غسل الأموال وسمعة المصرف

درجة المعنوية	معامل الارتباط	الفرضية
0,000	0,84	لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المصرف لمبادئ غسل الأموال وسمعته المصرفية.

ويتبين من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0,84) ودرجة المعنوية لهذه القيمة بلغت (0,000) وهي أصغر من قيمة مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) هذا يدل على وجود علاقة قوية بين اعتماد المصرف على مبادئ غسل الأموال وسمعته المصرفية، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المصرف لمبادئ غسل الأموال وسمعته المصرفية.

نتائج فرضيات الفروق

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي. تم استخدام اختبار كروسكال-والاس لاختبار ما إذا كان هناك فروق جوهرية في متوسطات إجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المؤهل العلمي.

باستخدام اختبار كروسكال والاس تبين أن درجة المعنوية لجميع محاور الاستبانة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي كانت أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) وبالتالي يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير التخصص العلمي. تم استخدام اختبار كروسكال-والاس لاختبار ما إذا كان هناك فروق جوهرية في متوسطات إجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير التخصص العلمي. وتبين أنه باستخدام اختبار كروسكال والاس تبين أن درجة المعنوية لجميع محاور الاستبانة وفقاً لمتغير التخصص العلمي كانت أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) وبالتالي يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير التخصص العلمي.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير المنصب الوظيفي.

تم استخدام اختبار كروسكال-والاس لاختبار ما إذا كان هناك فروق جوهرية في متوسطات إجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المنصب الوظيفي.

أنه باستخدام اختبار كروسكال والاس تبين أن درجة المعنوية لجميع محاور الاستبانة وفقاً لمتغير المنصب الوظيفي كانت أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) وبالتالي يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير المنصب الوظيفي.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة. تم استخدام اختبار كروسكال-والاس لاختبار ما إذا كان هناك فروق جوهرية في متوسطات إجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير سنوات الخبرة.

أنه باستخدام اختبار كروسكال والاس تبين أن درجة المعنوية لجميع محاور الاستبانة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة كانت أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (0,05) وبالتالي يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة.

وبالتالي سعت هذه الفرضيات إلى اختبار الاجابات وفقاً لاختلاف المتغيرات الشخصية، وأظهرت نتائج التحليل أن الاختلافات في إجابات أفراد عينة البحث لا يمكن أن ترجع لاختلاف متغيرات المؤهل العلمي والتخصص والمنصب الوظيفي أو حتى سنوات الخبرة، الأمر الذي يدل على أهمية موضوع غسيل الأموال وإيمان الجميع بضرورة الاهتمام به، كما يدل على فهم واضح لكافة محاور الاستبانة وفقراتها بمعزل عن اختلاف المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

6. الخلاصة

ان أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة والتي تم الاستدلال عليها من خلال التحليل الإحصائي للنتائج، وتتمثل أبرزها في الآتي:

1.6. الاستنتاجات التي تم الاستدلال عليها في ضوء آراء عينة الدراسة حول المتغيرات:

1- اهتمام المصارف بضرورة تطبيق مبادئ مكافحة الإرهاب، وسعيها نحو تفعيلها بشكل حقيقي في جميع أعمالها المصرفية، وتبين ذلك من خلال:

أ- سعي المصرف نحو التأكد من العملاء وهويتهم وذلك عن طريق جمع البيانات اللازمة عن العميل، والتأكد من الوثائق الرسمية الخاصة به، وعدم سماح المصرف للأسماء المجهولة بفتح حسابات لديه، والتأكد من المعلومات الأصلية والحقيقية للعملاء والاحتفاظ بها، وذلك للتثبت من صفة صاحب الحساب.

ب- سعي المصرف نحو إجراء عمليات رقابة داخلية مستمرة، والتزامه بنظام الرقابة الذي يسهم في مكافحة عمليات غسيل الأموال، واتباعه كافة السياسات والاجراءات التي تتعلق بمراقبة المعاملات، واتخاذ التدابير التي تضمن اختيار الموظفين المناسبين، وبشكل عام فالمصارف المدروسة تؤمن بنظام خاص للتدقيق والمراجعة الداخلية التي تسمح كذلك بمراقبة أداء الموظفين ومراجعة التقارير.

ت- إنشاء وحدة مستقلة لإدارة ومنع عمليات غسيل الأموال، وتكون مهمتها الأساسية تحليل ونشر المعلومات عن جميع حالات غسيل الأموال، وتقديم المعلومات اللازمة للجهات المعنية عن أية حالات غسيل أموال قد تحدث. وسماح المصرف للجهات المعنية بالاطلاع على سجلاته المالية.

ث- قيام المصرف بإجراء عمليات التدريب المستمرة للموظفين من أجل تدريبهم على آلية التعرف على عمليات غسيل الأموال وخاصة للموظفين الجدد، ومراقبة أي موظف مشبوه به.

2- هنالك اهتمام واضح من قبل المصارف المدروسة بالعمل على المحافظة على سمعتها الإيجابية، وإدراكها لأبعاد السمعة المصرفية، وظهر ذلك من خلال:

أ- سعي المصارف نحو تحقيق الجودة والموثوقية في الأداء وتحقيق التوافق بين الخدمات التي يعلن عنها والمعايير الدولية لتلك الخدمات وأن تكون متوافقة مع رغبات العميل، حرص المصرف على كسب رضا العملاء عن طريق تقديم خدمات متميزة تنسم بالجودة وتحقيق الأهداف والوفاء بالوعود.

- ب- قيام المصارف بإجراء عمليات مراجعة مستمرة لكل ما يتم إنجازه، والتخطيط المستمر وتقييم الخطط التي يتم وضعها، وإجراء عمليات المراجعة المستمرة للمقارنة بين الأهداف التي تم وضعها والأهداف التي تحققت، واهتمام المصرف بتنفيذ إجراءات الأداء المالي بشكل متميز.
- ت- التزام المصرف بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء، وظهر من خلال التزامه بتقديم خدمات متميزة للعملاء تحقق مصلحته مصلحة العميل في نفس الوقت، وتلبي الطموحات، وتستجيب لمتطلبات العملاء.
- ث- اهتمام المصرف بالمحافظة على السلوك الأخلاقي الإيجابي الذي يؤثر على علاقته بالعملاء بما يسهم بجذب انتباههم لاهتمامه بسياسة أخلاقية تتوافق مع رغبات العميل، وسعيه نحو مناقسة غيره من المصارف من أجل تحقيق رضا العملاء.

2.6. الاستنتاجات التي تم التوصل إليها من خلال تحديد علاقة الارتباط:

أثبتت النتائج صحة الفرضية التي تتعلق بالعلاقة بين توظيف المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال في أبعاد السمعة المصرفية، فكانت العلاقة ذات دلالة معنوية، ما يعني أن استخدام وتطبيق المصرف لمبادئ مكافحة غسيل الأموال يسهم في التأثير الإيجابي على سمعة هذا المصرف.

3.6. النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحديد الفروق:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير التخصص العلمي، ما يعني أن إدراك الموظفين في المصرف على اختلاف تخصصاتهم لأهمية وضرورة تطبيق مبادئ مكافحة غسيل الأموال وتأثيرها في السمعة المصرفية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير المنصب الوظيفي، ما يعني أن المنصب الوظيفي للموظف على اختلافه إن كان في منصب مدير أو موظف إدخال بيانات لا يهم، فمشكلة غسيل الأموال مشكلة عالمية وهي من أبرز الجوانب السلبية التي يجب أن ينتبه إليها المصرف إدارةً وموظفين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة البحث على الاستبانة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة. وهذا يعني أن سنوات الخبرة إن كانت قليلة أو كثيرة كفيلة بأن تجعل الموظف يدرك خطورة ظاهرة غسيل الأموال، ويدرك في نفس الوقت تأثيرها السلبي على سمعة المصرف.

4.6. التوصيات: بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها توصي الدراسة بالتالي:

بناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل إليها في الدراسة الحالية، يمكن تقديم التوصيات والحلول التالية:

توصيات الدراسة:

- تشجيع البحوث العلمية التي تتناول ظاهرة غسيل الأموال والتي تسعى إلى الكشف عن الأساليب والتقنيات المتبعة فيها، بما يسهم في وضع حجر الأساس لتطبيق الاتفاقيات الدولية التي تتعلق بمكافحة غسيل الأموال.
- إجراء دراسات سنوية دورية للمصارف ونشاطها البنكي وتحليل أية معطياته تتعلق بالشك في عمليات غسيل الأموال، وتحويلها إلى الرقابة، ويجري البنك المركزي هذه الدراسات ويفرضها بشكل إجباري على المصارف.

- اتباع اجراءات جزائية صارمة بحق الموظفين الذي يتهاونون تجاه عمليات غسل الأموال، وتطبيق القوانين التي تتعلق بجريمة غسل الأموال عليهم.
- مع التطور التكنولوجي الكبير يجب أن تتم مراقبة الظاهرة المنشرة في الوقت الحالي والتي تتمثل بالبنوك الوهمية التي تقوم بتشجيع عمليات غسل الأموال، وذلك من خلال تقييد التراخيص للمصارف ومراقبة ذلك.
- تنظيم الدورات التدريبية للموظفين في البنوك والمؤسسات المالية من أجل تقوية قدرتهم على الكشف عن أي عمليات أو صفقات مشكوك فيها لعمليات غسل الأموال. إجراء المؤتمرات المستمرة التي يتم تنظيمها من قبل المصرف المركزي والتي تنظم إليها المصارف المختلفة، وذلك لوضع الجهود وتنظيمها لوضع الخطوط الأساسية لمكافحة هذه الجريمة.
- الاهتمام بمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والسلوك الأخلاقي باعتبار أنهما من الجوانب الحساسة التي تؤثر بشكل إيجابي بسمعة المصرف. ضرورة إجراء البحوث التي تتعلق بالسمعة المصرفية، وذلك لندرة الدراسات التي تتعلق بهذا المجال.
- ضرورة الاعتماد على خدمات الهاتف النقال في محاولة كسب العملاء وتعريفهم على الخدمات التي يتم تقديمها من قبل المصرف، ليتم تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور وتبادل الآراء.
- العمل على التخطيط المسبق قبل وقوع أي أزمة وتعرض المصرف لها، وذلك عن طريق توقع حدوثها ودراستها بشكل واقعي للوصول إلى حلول قبل انفجارها.
- مطالبة مختلف المصارف والمؤسسات المالية بضرورة تطبيق القوانين التي تتعلق بضرورة التعامل مع أشخاص محددين ومعروفين والابتعاد عن الأشخاص والشركات مجهولي الهوية.
- العمل على إيجاد اجراءات فعالة من أجل تطبيقها في المصارف بشكل يضمن مواطن الضعف في نظم غسل الأموال.
- الاستناد إلى أسس علمية واضحة في اختيار الموظفين وخاصة ذوي المناصب الحساسة.
- إلزام المصارف بضرورة إنشاء وحدة وظيفية خاصة مهمتها مراقبة الموارد وضبط عمليات غسل الأموال.
- الاستفادة من الخدمات الالكترونية وتوظيفها في كل مصرف بشكل ينعكس بشكل إيجابي على أداء المصرف.
- ضرورة تدريب العاملين في المصرف بما يساعد في الكشف عن التحويلات والمعاملات المشبوهة وتقديم التقارير عنها.

7. قائمة المراجع

1.7 المراجع بالعربية

- أحمد، مدثر (2020) دور البنك في مكافحة غسل الأموال، رسالة ماجستير، جامعة النيلين.
- الأخضرى، عزي (2005) دراسة ظاهرة تبييض الأموال عبر البنوك من وجهة نظر الفكر الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة
- باشا، يمينة ونعمان، موني(2015) دور البنوك في مكافحة ظاهرة غسل الأموال، جامعة أكلي محند أولحاح البويرة، الجزائر.
- بركات، عبد الله (2006) ظاهرة غسل الأموال وآثارها الاقتصادية والاجتماعية على المستوى العالمي، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، 4.
- البغدادي، عادل، والكحيط، أحمد (2018) دور الحاكمية في دعم السمعة، مجلة الإدارة والاقتصاد(116).

- الدليمي، مفيد (2006) غسيل الأموال في القانون الجنائي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- الربيعي، زهير (2005) غسيل الأموال آفة العصر أم الجرائم، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
- رشيد، صالح، الزيايدي، صباح (2014) دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 16(1).
- الزيايدي، بسنت (2020) أثر الرسوخ الوظيفي في دعم سمعة المنظمة دراسة ميدانية، المجلة العربية للإدارة، 40.
- سفر، أحمد (2006) البنوك وتبييض الأموال، اتحاد البنوك العربية، بيروت، لبنان.
- السيسي، صلاح (2003) قضايا اقتصادية معاصرة، مؤسسة الاتحاد الوطني، مصر.
- الشنيكات، غالب (2005) عناصر عملية غسيل الأموال، بيت القمة الثقافي، الأردن.
- صقر، نبيل (2008) تبييض الأموال في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر.
- الطراونة، مصلح والبطوش، حسام (2005) أساس التزام البنوك بمكافحة عمليات غسيل الأموال ونطاق هذا الالتزام في القانون الأردني، مجلة الحقوق، 29.
- الظالمي، محمد (2016) الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية، 18(1).
- عبد الحميد طلعة، وحسن، عبد العزيز، الدريني، سارة (2021) العلاقة بين سمعة المنظمة وثقة العميل دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية في مصر، كلية التجارة بجامعة المنصورة، مصر.
- عبد الحميد، عبد المطلب (2005) العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الاسكندرية.
- عبد اللطيف، محمد (2021) العلاقة بين سمعة المنظمة والاحتفاظ بالعميل الدور الوسيط لتكلفة التحول دراسة تطبيقية على عملاء فروع البنوك التجارية بمدينة المنصورة. كلية التجارة، جامعة المنصورة، القاهرة.
- عبد الله، عبد الله (2005) غسيل الأموال وبنان حكمه في الفقه الإسلامي والنظم المعاصرة، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى.
- عبد المنعم، سليمان (2002) مسؤولية البنك الجنائية عن الأموال غير النظيفة، دار الجامعة الجديد للنشر، مصر.
- عبده، أسماء (2021) العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرية، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة.
- العريان، محمد (2005) عمليات غسيل الأموال وآليات مكافحتها، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
- العطري، خيرة، رابحي، ليلي (2020) الآثار السلبية لجريمة تبييض الأموال على الاقتصاد وطنياً ودولياً، جامعة زيان عاشور بالجفلة، الجزائر.
- العمري، إسماعيل (2018) استراتيجيات إدارة السمعة، القاهرة، دار الفكر للطباعة والنشر.
- عوض الله، صفوت (2005) الآثار الاقتصادية لعمليات غسيل الأموال ودور البنوك في مكافحة هذه العمليات، مجلة الحقوق، 29(2).
- فتحي، عمار، وحسين، منى (2019) دور الرفاهية النفسية كمتغير وسيط في العلاقة بين السمعة التنظيمية والأداء التنظيمي، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، 18.
- كامل، مها (2001) عمليات غسيل الأموال، مجلة السياسة الدولية، 146.

- الكرعوي، محمد (2017) دور مرتكزات البراعة الاستراتيجية في تعزيز وبناء سمعة مؤسسات التعليم العالي، مجلة الإدارة والاقتصاد (5).
- لبوازدة، أحلام وحاج، حليلة (2019) دور البنوك في مكافحة جريمة غسيل الأموال، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر.
- محمد، إيمان (2015) در القطاع المصرفي التجاري في مكافحة غسيل الأموال دراسة حالة بنك الشمال الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة النيلين.
- مصطفى، عزة (2021) تحسين السمعة التنظيمية في ضوء القيادة الريادية، مجلة كلية التربية بجامعة عين شمس، 45، ص: 183-15
- المطيري، صقر (2004) جريمة غسيل الأموال، دراسة حول مفهوماتها ومعوقات التحقيق فيها، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- مهدي، عبيد، وشمران، منتظر (2017) الالتزام التنظيمي وأثره في بناء سمعة المنظمة، مجلة جامعة كربلاء العلمية، 15(2).
- ناصر، خلف، وعبد الحسين، علي (2018) توظيف رأس المال النفسي في تعزيز متطلبات بناء سمعة المنظمة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 4(2).
- النجار، خالد (2018) تأثير النشر الدولي والسمعة الأكاديمية على ترتيب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، 2(2).

2.7. المراجع بالإنجليزية:

- Aggarwal, Vijita S. & Jha, Aruna (2019). Pressures of CSR in India: an institutional perspective, **Journal of Strategy and Management**, 12 (2).
- Feldman, Percy Marquina; Bahamonde, Rolando Arellano & Bellido, Isabelle Velasquez (2014) A New Approach for Measuring Corporate Reputation, **São Paulo**, 54 (1).
- Fombrun, C. J. Gardberg, N. A. & Sever, J. M. (2004) "The Reputation Quotient a Multi-stakeholder Measure of Corporate Reputation," **Journal of Grand Management**, 7 (4).
- Öncer, Ayla Zehra & Yıldız, Mü ge Leyla (2012) "The Impact of Ethical Climate on Relationship between Corporate Reputation and Organizational Identification", **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 58.
- Pires, Vanessa & Trez, Guilherme (2018) Corporate reputation A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance, **Revista de Gestão**, 25 (1).
- Ríos-Manríquez, Martha; Ferrer-Ríos, Martha Gabriela & Sánchez-Fernández, María Dolores (2021) Structural model of **corporate social responsibility**. An empirical study on Mexican SMEs, **PLOS ONE**, 16 (2).

- Sagir, Mahmur; Dos, Izzet & Cetin, Remzi B. (2014) Identifying School Reputation, **International J. Soc. Sci. & Education** ,5 (1).
- Singh, Kuldeep & Misra, Madhvendra (2021) Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation, **European Research on Management and Business Economics**, 27.
- Šontaitė-Petkevičienė, Miglė (2019). Dimensions and attributes building corporate reputation in rural businesses, **Research for Rural Development**,2.
- Karjaluoto, Heikki; Mäkinen, Hanna; and Järvinen, Joel. (2015), "A Firm's Activity in Social Media and Its Relationship with Corporate Reputation and Firm Performance", *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 19, Issue.8, Pp 161-172.
- Weiting Tao, Zongchao Cathy Li, Zifei Fay Chen, Yi Grace Ji.(2021)," Public responses to nonprofit social media messages: The roles of message features and cause involvement", *Public Relations Review*, Vol.47, Issue.2, Pp1_13.
- Sora Kim, Yingru Ji.(2021)," Positive ripple effects of corporate leaders' CSR donations amid COVID-19 on corporate and country reputations: Multi-level reputational be
- Dubravka Sinčić, Ana Tkalac. (2018),"The relationship between reputation, employer branding and corporate social responsibility", *Public Relations Review*,Vol. 44, Issue. 4,Pp444-452.
- Shamma, Hamed M. and Salah S. Hassan (2009), "Customer and Non-Customer Perspectives for Examining Corporate Reputation," *Journal of Product & Brand Management*, 18 (5), 326-37.
- Doorely, J. & Garcia,H.(2007),"Reputation management – The key for successful public relations and corporate communication", Routledge , Taloyer and francis group , An Informa business ,USA
- Feto.C.et al., (2019), the relationship between image and reputation in the Spanish public university, *European research on Management and business economics*, Vol 25, N02.

Doi: doi.org/10.52133/ijrsp.v3.36.6