

الترتيب الداخلي وأثره في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة تحليلية في مصرف
الرافدين- فرع تكريت

**Layout and its Effect in Enhancing Organizational Reputation:
An Analytical Study in Rafidain Bank - Tikrit Branch**

بلال صكر عبدالله^{1*}، ثامر عكاب حواس²

Bilal SAKER , Dr. Thamer Ekiab Haoues

^{1*} جامعة تكريت، العراق ، bilalsaker97@gmail.com

² جامعة تكريت، العراق ، Dr.thamerekiab@tu.edu.iq

تاريخ النشر: 2022/07/14

تاريخ القبول: 2022/07/13

تاريخ الاستلام: 2022/06/29

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الترتيب الداخلي في تعزيز السمعة التنظيمية لمصرف الرافدين - فرع تكريت ومن أجل تحقيق هذا الهدف فقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات. وأظهرت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة بين الترتيب الداخلي والسمعة التنظيمية للمصرف المبحوث. بالإضافة إلى أن الترتيب الداخلي كان تأثيره إيجابياً في سمعة المصرف المبحوث. كلمات مفتاحية: الترتيب الداخلي، السمعة التنظيمية، مصرف الرافدين تصنيفات JEL: M1، M21، G21.

Abstract:

The study aimed to identify its Effect The Layout in Enhancing the organizational reputation of Rafidain Bank/Tikrit branch In order to achieve this goal, it relied on the analytical descriptive approach and The questionnaire was adopted as a key data collection tool.

The results showed that there was a Moderate correlation between the Layout and the organizational reputation of the researched bank. In addition, the Layout had a positive impact on the reputation of the researched bank

Keywords: Layout, organizational reputation, Rafidain Bank

Jel Classification Codes: M1,M21,G21.

تواجه المنظمات اليوم الكثير من التحديات نتيجة التطورات في مختلف الأصعدة التقنية والاجتماعية والسياسية والبيئية بالإضافة إلى المنافسة الشديدة التي تشهدها الأسواق مما يؤدي ذلك إلى العديد من الأزمات التي يتطلب من المنظمات مجابتهها وفي مثل هكذا تغيرات وظروف يجب أن تتمتع المنظمة بسمعة جيدة وذلك من أجل استمرارها وبقائها في السوق حيث أصبحت سمعة المنظمة هدفاً أساسياً تسعى جميع المنظمات إلى تحقيقه كما وتعد السمعة الجيدة من أهم المرتكزات التي تعتمد عليها المنظمات لتحقيق التميز على المنافسين وتمثل سمعة المنظمة من أهم الموجودات غير الملموسة التي تسعى المنظمة للحفاظ عليها وذلك لدورها الذي تلعبه في نجاح أو فشل المنظمات ومن أجل بناء سمعة جيدة يجب أن يكون لدى المنظمة مديرين أكفاء يتخذون قرارات فاعلة وكفوءة في مختلف المجالات ومنها في مجال الترتيب الداخلي للمنظمة إذ يكتسب الترتيب الداخلي للمنظمة أهمية بارزة إذ يعمل إلى إعطاء الزبون الانطباع الأول عن المنظمة فضلاً عن توفير بيئة جيدة للعاملين تمكّنهم من تأدية وظائفهم بسلاسة. فإذا ما ترك الترتيب الداخلي للمنظمة انطباع جيد للزبون بالتالي سيصبح هناك انطباع جيد بصورة عامة للمنظمة وخدماتها لدى ذلك الزبون وبالتالي يعتبر وسيلة مساعدة لتعزيز سمعة المنظمة ويضاف إلى الترتيب الداخلي الجيد للمنظمة يجب على المنظمة تقديم منتجات وخدمات ذات جودة ملائمة وسعر مناسب تشبع حاجات الزبائن ورغباتهم وبالتالي تكوين علاقة وطيدة مع الزبائن تكتسب المنظمة من وراء هذه العلاقة سمعة جيدة بين المنظمات المنافسة في السوق.

1.1 إشكالية البحث :

إن التغيرات وثورة المعلومات والعولمة التي يشهدها العالم اليوم وزيادة الطلب على الخدمات بشكل كبير تلقي بظلالها على أغلب المنظمات العاملة في مختلف القطاعات ولم تكن المصارف بمنأى عن تداعيات تلك التغيرات والتطورات مما وضعها تحت ضغوطٍ كبيرة والذي فرض عليها أن لا تقف مكتوفة الأيدي بل أن تسعى جاهدة للبحث عن الوسائل والأساليب للتأقلم والتكيف مع تلك التطورات . أصبح موضوع الترتيب الداخلي للمنظمات يكتسب أهمية كبيرة ومتزايدة إذ يعتبر الترتيب الداخلي للمنظمات أحد أهم الموضوعات الإدارية ويرتبط في الغالب بنجاح المنظمات الخدمية أو فشلها فلذلك من الضروري على المصارف اليوم أن تعيد النظر بقرار الترتيب الداخلي لديها وذلك لأنه يعتبر أحد أهم مفاتيح النجاح وعصب الميزة

التنافسية لذلك تسعى جميع المنظمات باختلاف أنشطتها إلى تحسين وتقوية سمعتها من خلال قيامها بتصميم الترتيب الداخلي لها بشكل جيد. لقد أدركت المنظمات الناجحة أن استمرارها وديمومة نجاحها مرهون بامتلاك سمعة جيدة فلذلك من الضروري على المصارف اليوم أن تتسلح وتتجهز بسلاح السمعة حيث أصبح بناء السمعة الجيدة هدفا تسعى لتحقيقه جميع المنظمات إذ تعتبر السمعة التنظيمية الجيدة وسيلة لكسب الزبائن وزيادة الحصة السوقية واكتساب ميزة تنافسية تميزها عن المنافسين.

وبناءً على ما سبق تتجسد إشكالية البحث من خلال التساؤلات الآتية:

– ماهي علاقة الترتيب الداخلي للمصرف بالمبحوث بسمعته التنظيمية؟

– هل يؤثر الترتيب الداخلي للمصرف بالمبحوث في سمعته التنظيمية؟

2.1 فرضيات البحث:

افتراض البحث فرضيتين رئيسيتين مفادهما:

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الترتيب الداخلي وتعزيز السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث.

– توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية للترتيب الداخلي في السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث.

3.1 أهداف البحث :

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي :

– تشخيص طبيعة العلاقة بين الترتيب الداخلي والسمعة التنظيمية في المصرف المبحوث.

– بيان أثر الترتيب الداخلي على السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث.

– تقديم مجموعة من المقترحات للمصرف المبحوث في ضوء نتائج الدراسة الميدانية بما يمكنه من تجاوز بعض جوانب القصور في أعماله.

4.1 أهمية البحث:

يأخذ البحث أهميته من خلال :

– تناوله لقطاع مهم وحيوي ممثل بقطاع المصارف كما وتتمثل أهميته في الكشف عن أهمية ودور الترتيب الداخلي للمصرف المبحوث والآثار الإيجابية الناتجة عنه في تحسين السمعة التنظيمية .

– اعتباره مكمل للدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع البحث الحالي وهي جهد بسيط يثري المكتبة الإدارية.

– توجيه إدارة المصرف للتخلي عن المفاهيم التقليدية في العمل المصرفي وتبني قرار ترتيب داخلي جيد لتحسين أداءها وسمعتها.

5.1 محاور البحث :

قسمت الدراسة إلى ثلاث محاور اختص المحور الأول بالترتيب الداخلي وافرد المحور الثاني للسمعة التنظيمية أما المحور الثالث فخصص للتحقق من صحة فرضيات البحث.

2. الترتيب الداخلي للمصرف :

1.2 مفهوم الترتيب الداخلي للمصرف:

يعد الترتيب الداخلي أحد القرارات الرئيسية التي تحدد كفاءة العمليات طويلة الأجل وللترتيب الداخلي مضامين استراتيجية عديدة لأنه يحقق الأولويات التنافسية للمنظمة فيما يتعلق بالمرونة والكلفة والطاقة والعمليات والاتصال مع الزبون وكذلك جودة حياة العمل والصورة الذهنية ، ومن الممكن ان يساعد الترتيب الداخلي الفعال للمنظمة على تحقيق استراتيجية تدعم التمايز أو الاستجابة السريعة أو الكلفة المنخفضة (وهاب، 2019، ص ص 156-169).

تعددت الآراء ووجهات النظر حول الترتيب الداخلي عرف (Ivanov,2019, page294) الترتيب الداخلي بأنه " الترتيب المادي للأشياء داخل المساحات المتوفرة". وكذلك عرفت (شكر واخرون، 2017، ص ص 256-302) الترتيب الداخلي على أنه "يعكس اتخاذ قرار بشأن الترتيبات المادية الأفضل لجميع الموارد التي تستهلك مساحة داخل المصنع وقد تشمل هذه الموارد (مكتب أو مركز عمل أو خزانة أو فرد أو مكتب بأكمله أو حتى قسم) ". ويرى (Jacobs&Chase,2018, page 169) بأن الترتيب الداخلي هو "تحديد موضع الأقسام ومجموعات العمل داخل الأقسام ومحطات العمل والآلات ونقاط التخزين داخل منشأة الإنتاج". وبين (محمد، 2017، ص ص 183-200) بأن الترتيب الداخلي هو "عملية تحديد وتنظيم المواقع المادية داخل المصنع بأشكال تتضمن انسيابية كفاءة للأفراد والمنتجات". ويرى (نوري

وشحادة، 2017، ص 141-166) بأن الترتيب الداخلي هو " كل القرارات التي تتعلق بتسهيل وتنظيم العمل داخل أجزاء المنظمة ولجميع عناصر العملية الإنتاجية من عاملين ومكانن وعدد ومساحات للوصول إلى أكبر ما يمكن من مردود واقل ما يمكن من جهد وتكاليف". وبين (slack et al.,2016,page216) بأن الترتيب الداخلي " يعني تحديد مكان وضع جميع المرافق والمكاتب والآلات والمعدات والأشخاص في العملية".

وتأسيساً على ما سبق وتماشياً مع ميدان الدراسة المتمثل بالمصارف يرى الباحث بأن الترتيب الداخلي هو عملية تحديد مواقع المكاتب والأقسام وكاونترات خدمة الزبائن وأماكن الدخول والخروج فضلاً عن أماكن الانتظار والاستراحة والتكييف والإضاءة الداخلية بشكل يضمن من سير العمل بشكل كفوء ويعكس صورة إيجابية عن المصرف.

2.2 أهمية الترتيب الداخلي للمصرف:

يعتبر الترتيب الداخلي من بين العوامل التي تؤدي إلى تحسين أداء المنظمات بشكل عام وخفض التكلفة وتحسين الجودة بشكل خاص ويعتبر قرار الترتيب الداخلي من القرارات الإستراتيجية المهمة جداً لإدارة العمليات كونه عصب ديمومة المنظمات ويعد أحد العوامل المهمة في نجاح المنظمة من عدمها أما خفض التكلفة وتحسين الجودة فإنه يساعد المنظمة على امتلاك ميزة تنافسية تتفوق بها على المنافسين (البيضاني و كاظم، 2019، ص 327-360).

وقد أصبحت بيئة وموقع العمل أداة متزايدة الأهمية وجزءاً لا يتجزأ من صورة المنظمة وتتضمن جميع العناصر المادية التي تؤثر في العمل وفي السنوات القليلة الماضية أجمع الباحثين بأن البيئة المحيطة بالعمل تمثل شكلاً من أشكال التواصل غير اللفظي بين العاملين والتي يتم من خلالها التأثير على العاملين والزبائن إذ يمكن للعوامل في بيئة العمل إن تكون ذات تأثير على الزبائن وتصوراتهم ومعتقداتهم بخصوص الخدمة المقدمة (عبد الوهاب، 2016، ص 249-267).

وتكمن أهمية الترتيب الداخلي من خلال تحقيقها لمجموعة من المزايا : (نوري وشحادة، 2017، ص 141-166) (Heizer et al.,2020 ,page 402)

— تحقيق الأسبقيات التنافسية المبنية على الإبداع والتميز والكلفة المنخفضة والسرعة في التسليم.

- حل المشكلات الناجمة عن ارتفاع الكلف والاختناقات وإتاحة إجراء التعديلات على تصميم العملية الخدمية.
- تحسين المرونة (مهما كان التصميم في الوقت الحالي فإنه سوف يحتاج إلى التغيير)
- الاستفادة من المعدات والمساحات والعاملين بشكل أمثل.
- تحسين الروح المعنوية للعاملين وتوفير ظروف عمل جيدة وأكثر أماناً.
- زيادة رضا الزبائن وتحسين العلاقات معهم.
- تحسين تدفق المعلومات والاتصالات والمواد والأشخاص.

وخلاصة القول يعتبر الترتيب الداخلي أحد أهم الأدوات التي تستخدمها المنظمات للحصول على ميزة تنافسية تميزها عن منافسيها إذ يساعد الترتيب الداخلي للمنظمة الزبائن على سهولة الوصول إلى أماكن تقديم الخدمات بالإضافة إلى ذلك فإنه يعمل على توفير أجواء مناسبة للموظفين تساعد على أداء وظائفهم بسلامة .

3.2. أهداف الترتيب الداخلي للمصرف :

يهدف الترتيب الداخلي الجيد إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي (داوود وكاظم، 2018، ص ص 302-320):

- تسهيل تدفق العمل والمواد والمعلومات داخل المنظمة.
- تقليل وقت الإنتاج ووقت خدمة العملاء .
- تسهيل عملية الرقابة والتنسيق والاتصالات المباشرة .
- القضاء على التحركات غير الضرورية للعاملين.
- تحقيق مبدأ السلامة في حركة المواد والعاملين وتدفق العمل.
- الاستخدام الفعال للمعدات والعاملين ورفع الروح المعنوية للعاملين مما يسمح للعاملين المرونة والراحة في الانتقال والاتصالات وتجنب الاختناقات داخل المنظمة .
- ولا بد من الإشارة بأن أحد أهم أهداف الترتيب الداخلي للمنظمة هو استغلال المساحات المتوافرة داخل المنظمة مما يسمح بسهولة تدفق المواد داخلها بالإضافة إلى سهولة حركة الموظفين والزبائن كما و يهدف الترتيب الداخلي الجيد للمنظمة إلى بناء صورة حسنة للمنظمة في أذهان زبائنهم.

4.2. اعتبارات الترتيب الداخلي للمصرف :

يتأثر الترتيب الداخلي للمنظمة بمجموعة من العوامل التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند القيام بعملية الترتيب الداخلي وهي: (فواز، 2019، صفحة 14) (سعيد و موزان، 2021، ص ص 78 - 92)

1.4.2. المرونة والتغيرات المستقبلية: واحدة من اهم أهداف الترتيب الداخلي الكفوء هي المرونة والتي يقصد بها سهولة إجراء تعديلات على الترتيب الداخلي لتتلاءم مع التغيرات المستقبلية وذلك من أجل تجنب ترتيب داخلي غير كفوء في المدى البعيد.

2.4.2. انسياب الحركة: ويقصد بها سهولة حركة المواد والعاملين والاتصالات خلال العملية الإنتاجية منذ البداية حتى النهاية.

3.4.2. مناولة المواد: ويعني توفر أماكن مناسبة للتحرك بحرية عند استلام وتسليم المواد مثال على ذلك الساحات المعدة لتسلم المواد من الموردين وتسليمها للزبائن.

4.4.2. الطاقة والمساحات المطلوبة: توفير مساحات خزنية كافية للأصناف والمواد المستخدمة داخل المنظمة وتوفير ظروف تخزين جيدة لها.

5.4.2. وسائل ومعدات الاتصال: يقصد بذلك الوسائل المستخدمة في الاتصال بين العاملين من خلال ترتيب الآلات والمعدات وتصميم العمل بشكل يضمن اتصال فعال بين العاملين ويوفر الوقت والجهد كما يضمن فاعلية الاتصال وإنجاز المهام والتنسيق مع الأطراف الخارجية.

6.4.2. الروح المعنوية للعاملين: وتعني توفير المباني ووسائل التهوية والديكور الداخلي والإضاءة بشكل يرفع من الروح المعنوية للعاملين.

7.4.2.1. لأمن والحماية: ويقصد به تجنب العاملين مخاطر الآلات وظروف العمل غير الملائمة أو الطارئة من خلال توفير أجهزة إنذار الحرائق ومخارج الطوارئ .

ولذلك يجب الأخذ بالحسبان عن تصميم الترتيب الداخلي للمنظمة جميع تلك الأمور السالفة الذكر إذ تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في الترتيب الداخلي للمنظمة بالإضافة إلى ذلك يجب على المنظمات بشكل عام والمنظمات الخدمية بشكل خاص عدم إغفال آراء زبائنها تجاه الترتيب الداخلي لها إذ يجب عليها إتاحة الفرصة للزبائن للتعبير عن آرائهم تجاه الترتيب

الداخلي للمنظمة والعمل على إجراء تحسينات على ترتيبها الداخلي وفق آراء الزبائن ومقترحاتهم.

5.2. علاقة الهندسة البشرية في الترتيب الداخلي للمصرف :

يعد موضع الهندسة البشرية من الموضوعات المتجددة و المهمة لتطوير وتأمين بيئة العمل التي تساعد في تحقيق التوافق للمورد البشري في عمله وكانت دراسة الحركة والوقت لتايلور و دراسات مصانع الهوثورن الانطلاقة الحقيقية للهندسة البشرية وبداية الاهتمام بتصميم الآلات و المكائن و المعدات ومواقع العمل ومحاولة وتكييف العاملين عليها في حين أن الاتجاهات الحديثة لدراسة الهندسة البشرية جاءت مع بروز أهمية المورد البشري في تحقيق الميزات التنافسية للمنظمة والتوجه نحو تحقيق التوافق للعاملين مع بيئة عملهم (قدوري وعبد، 2019، ص ص 138-162). تعرف الهندسة البشرية على أنها " الاهتمام ببيئة العمل المادية من خلال كيفية تفاعل العامل جسميا مع الأدوات والآلات والمعدات وتأثير هذه التفاعلات على جسم العامل فيما يتعلق بالموقف والحركة والضرر الجسدي وحوادث إصابات وكيفية التعامل مع المواد المستخدمة أثناء العمل "(السرطان واخرون، 2021، ص ص 287، 301).

وحدد (محمود وعبد الله، 2020، ص ص 17 - 32) أهمية الهندسة البشرية وبين أن الهندسة البشرية تلفت نظر المنظمات للأثار المترتبة على عدم الاهتمام في بيئة العمل مثل حدوث الإصابات بين العاملين وكذلك فإن الهندسة البشرية تساعد على جعل مكان العمل ملائم للعاملين من حيث التصميم الهندسي الذي يتلاءم مع خصائص العاملين فضلاً عن ذلك فإن الهندسة البشرية تعمل على توعية المنظمات لبعض الاعتبارات الأساسية لبيئة العمل مثل النظر في تصميم المعدات والمكائن المناسبة للعاملين بما يحقق السلامة لهم. وإن الهدف الأساسي من وراء الهندسة البشرية هو تكييف العلاقة بين العاملين وبين بيئة العمل وتوجد مجموعة من الأهداف تسعى الهندسة البشرية إلى تحقيقها وهي: (عبد الباقي، 2019، ص ص 2395 - 2436):

— جعل بيئة العمل ملائمة مع إمكانات الافراد بالشكل الذي يوفر له الراحة والاستعداد للعمل.

— الحد من استنزاف طاقة العاملين وإجهادهم.

— تطوير أداء العاملين من خلال تعزيز الأداء والسلامة والدقة.

- الحد من الحوادث في العمل التي تنتج عن الأخطاء البشرية.
- الحد من كلف التدريب.
- تعزيز شروط الراحة ورفع مستوى الرضا لدى العاملين.

وللهندسة البشرية تطبيقات في مجالات عديدة منها: (جمعة واخرون، 2019، ص ص 63.44)

- الهندسة البشرية للأجزاء الصلبة (المادية): وتتعلق بالموصفات والخصائص الفيزيائية للعاملين لتصميم مواقع العمل مثل أماكن الجلوس ولوحات السيطرة والعروض ومحطات العمل.
- الهندسة البشرية لتصميم العمل: وتتعلق بتصميم العمل بشكل يضمن تركيز جهود العاملين مع خصائص العمل مثل الرقابة الذاتية وتنوع المهام وبيانات التغذية العكسية.
- الهندسة البشرية الإدراكية: وتتعلق بطريقة تفكير العاملين ودوافعهم من أجل تصميم البرامج الملائمة لقدراتهم الذهنية والعقلية.
- الهندسة البشرية البيئية: وتتعلق بالعوامل الفيزيائية مثل الحرارة والاضاءة والرطوبة والضوضاء وأثرها على أداء العاملين لتصميم بيئة عمل ملائمة لهم.

واستخلاصاً لما سبق ذكره يعتبر موضوع الهندسة البشرية أحد أهم الموضوعات الإدارية التي اكتسبت أهمية كبيرة مؤخراً إذ تعتبر الهندسة البشرية من الوسائل التي تستخدمها المنظمات في سبيل توفير أجواء مناسبة ومريحة للعمل مما يعمل على تقليل أوقات إنجاز العمل وتقليل الإصابات أثناء العمل كما وتستخدم الهندسة البشرية في سبيل تحقيق سهولة وصول الزبائن إلى أماكن تقديم الخدمة وكذلك الخروج منها.

3. السمعة التنظيمية :

1.3 مفهوم السمعة التنظيمية:

في ظل تحديات العولمة اليوم تبحث جميع المنظمات عن طرق تمكنها من البقاء والمنافسة وتحقيق الأرباح وتعتبر الموجودات غير الملموسة التي تمتلكها المنظمات مثل العلامة

التجارية وحقوق النشر والتأليف وبراءات الاختراع والسمعة التنظيمية من الموجودات غير الملموسة القليلة التي تضمن تحقيق عوائد مالية عالية (Irfan et al., 2020, pp 28,41).
 ظهر مفهوم السمعة التنظيمية لأول مرة عام 1983 في قائمة المنظمات الأكثر إثارة للإعجاب حول العالم التي جمعتها مجلة (Fortune Business) ومنذ ذلك التاريخ زاد الاهتمام الأكاديمي بهذا المصطلح وشهد نمواً في المؤلفات العلمية حول السمعة التنظيمية (Jawad&Al- Rabia'1, 2021, pp 1-28). يوضح الجدول (01) مجموعة من تعريفات السمعة التنظيمية وفقاً لآراء مجموعة من الكتاب والباحثين.

الجدول (01) بعض تعريفات السمعة التنظيمية وفقاً لآراء مجموعة من الكتاب والباحثين

اسم الباحث والسنة	التعريف
(Habib, 2019, page 12)	" النوايا الحسنة التي ينسبها المستهلكون إلى علامة تجارية أو منظمة بناءً على لقاءاتهم السابقة معها "
(شامية، 2020، صفحة 25)	" مجموعة النتائج المدركة من قبل أصحاب المصالح تجاه ما تحققه المنظمة على صعيد بيئتها الداخلية والخارجية".
(Keshta et al., 2020, pp 113-130)	" احدى الموجودات غير الملموسة التي تحرص المنظمات على بنائها والمحافظة عليها لما لها من أهمية في بقاء المنظمة واستمراريتها في حالات الأزمات".
(Duğan&Koç, 2020, pp 127-159)	"نجاح المنظمة في نظر موظفيها وأصحاب المصلحة الخارجيين".
(Rolü et al., 2021, page 673)	"مفهوم يساعد على تقليل تكاليف المعاملات ويؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي من خلال كسب ثقة العملاء وإيمانهم".

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المصادر المذكورة أعلاه

يلاحظ من الجدول أعلاه اختلاف الباحثين والكتاب حول ماهية السمعة التنظيمية فكل باحث عرفها من وجهة نظره لكنهم اتفقوا جميعهم حول نقطة مهمة ألا وهي نظرة أصحاب المصلحة تجاه المنظمة . و بناءً على الطرح السابق وتماشياً مع ميدان الدراسة المتمثل بالمصارف يرى الباحث بأن السمعة التنظيمية هي الانطباع العام المنتشر في المجتمع عن المصرف مبني على أساس طريقة تقديمه للخدمات وتعامله مع أصحاب المصلحة.
 2.3 أهداف السمعة التنظيمية

يعتبر الهدف الأساسي للسمعة التنظيمية في منظمات الأعمال اليوم هو تكوين ميزة تنافسية للمنظمة من خلال مجالات مختلفة كتعظيم الأرباح ومعالجة المخاطر والاهتمام بالسياسات والإجراءات لتطوير آليات عمل المنظمة (twfiq&AlRabaawi,2021,pp45-69). وأكد (المصري، 2021، صفحة39) بأن الهدف من سمعة المنظمة هو المساهمة في تحقيق عوائد مالية للمنظمة وتحقيق قيمة مضافة لها لذا يجب إدارتها بالشكل المناسب الذي يؤدي لتعظيم قيمة المنظمة.

وبين (Özcan&Solmaz,2019,77-92) بأن الهدف من السمعة التنظيمية هو:

- خلق الثقة لكل منتج أو خدمة تحمل اسم المنظمة.
 - تسهيل التواصل مع أولئك الذين يوفرون رأس المال والمواد الخام.
 - تسهيل قبول المنتجات والخدمات الجديد للمنظمة.
 - كسب أشخاص ينشرون آراء إيجابية عن المنظمة.
- وأكد (Keshta *et al.*,2020,pp113-133) بأن أحد أهداف السمعة التنظيمية التي تسعى إليها المنظمات هو جذب زبائن جدد وكذلك إعطاء المنتج أو الخدمة قيمة إضافية فضلاً عن زيادة رضا الزبائن وولائهم. مما يؤدي إلى عملهم كمدافعين عن المنظمة ويقاوموا أي معلومات سلبية عنها (Belo,2015,page44). وأكد (İpçioğlu&Arpa,2020,pp821-841) ذلك بقوله أن الهدف من سمعة المنظمة الإيجابية هو التأثير على ولاء الزبائن للعلامة التجارية. وبين (Agha&Massoud,2021,pp 308-314) بأن تكوين علاقة فعالة مع السلطات الحكومية هو أحد الأهداف من وراء تكوين سمعة تنظيمية جيدة. وبين (شامية، 2020، صفحة 27) بأن السمعة التنظيمية تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- السعي الجاد والحثيث لتقديم منتجات وخدمات تلي وتسبق حاجات الزبائن ورغباتهم.
- رسم صورة حسنة عن المنظمة في أذهان أصحاب المصالح محققة للمنظمة الاستمرار والبقاء.

يضاف إلى ذلك بأن السمعة التنظيمية تهدف إلى مضاعفة فاعلية وتأثير الإعلان على الزبائن فالسمعة الإيجابية لها شأن كبير في مصداقية إعلانات المنظمة (النجار، 2018، الصفحة 30).

ويتفق الباحث مع (Özcan&Solmaz,2019) في تحديد أهداف السمعة التنظيمية إذ تعمل السمعة التنظيمية الجيدة على تسهيل عملية التواصل بين المنظمة والزبائن كذلك فإن الزبائن لا يترددون في شراء أي منتج لمنظمة ذات سمعة تنظيمية جيدة وكما تهدف السمعة التنظيمية الجيدة إلى تقليل تكاليف الإعلان والتسويق للمنظمات كونها سوف تحصل على زبائن ينشرون الآراء الإيجابية حول المنظمة بالمجان.

3.3 سلبيات فقدان أو تدني السمعة التنظيمية:

تعتبر السمعة التنظيمية سلاح ذو حدين فمثلما توفر السمعة التنظيمية الجيدة مزايا كبيرة للمنظمة في المقابل تعتبر أن سمعتها السيئة تؤثر سلباً على المنظمة وتهدد وجودها وتعيق استمرارها (Duğan&Koç,2020,pp 127-159).

ترتبط سمعة المنظمة بالعديد من العوامل الداخلية والخارجية مثل السمعة الشخصية للمديرين وسمعة المنافسين وسمعة الزبائن وسمعة الصناعة وسمعة البلد الذي تعمل فيه إذ تتأثر سمعة المنظمة بسمعة المنظمات الأخرى داخل الصناعة أو خارجها (النجار، 2018، الصفحة 28). وتؤدي السمعة السيئة والتقييم السلبي للمنظمة من قبل أصحاب المصلحة إلى تكبد المنظمة خسائر كبيرة وتقليل الحصة السوقية لها فيجب على المنظمات تركيز اهتماماتها تجاه أصحاب المصلحة من أجل المحافظة على سمعة جيدة و متميزة (Keshta et al.,2020,pp113-133).

ويؤدي الضرر الذي يلحق بسمعة المنظمة إلى المزيد من النتائج السلبية في أداء المنظمة إذ تؤثر على مصداقيتها وحجم المبيعات والقدرة التنافسية وكذلك تؤثر على إدراك الزبائن لجودة المنتج (Schoofs&Claeys,2021,pp271-282). كذلك تؤثر السمعة السيئة للمنظمة على الطريقة التي يتصرف بها أصحاب المصلحة تجاه المنظمة مما يؤثر على الاحتفاظ بالعاملين ورضا الزبائن وولائهم (Devine,2021,page18).

وتجدر الإشارة أن أصحاب المصلحة يختلفون بوجهات نظرهم تجاه المنظمة بناءً على تجاربهم معها لذلك نجد بعضهم قد يعتبرون سمعة منظمة معينة جيدة فإن آخرين يعتبرونها سيئة (Choi,2019,page13).

وبين (Oliveira,2015,page3) بأنه يمكن أن يكون تأثير السمعة السيئة عن طريق تحذير الزبائن لمعارفهم للتعامل مع تلك المنظمة. وتعتبر آراء وتصورات أصحاب المصلحة حول المنظمة لها تأثيرات حقيقية اذ تكون ردود الفعل إيجابية أو سلبية تجاه المنظمة (Marques,2015,page17).

تؤدي السمعة السلبية إلى انخفاض أرباح المنظمة وبالتالي يكون من الصعب حصول المنظمة على الدعم المالي من المصارف فضلاً عن ذلك أنه يضر بمكانة المنظمة في السوق وأنه يمهّد الطريق لأصحاب المصلحة التعامل مع المنظمات المنافسة المختلفة (İpçioğlu&Arpa,2020,pp821-841). وبين (البشيتي، 2019، صفحة 47) بأن هناك مجموعة من السلبيات المترتبة على تدني السمعة التنظيمية وهي:

- انخفاض الروح المعنوية للعاملين في العمل وضعف التزامهم بقيم وأهداف المنظمة.
- توليد شعور سلبي لدى العاملين كونهم ينتمون لهذه المنظمة.
- فقدان المزايا التنافسية للمنظمة وتهديد وجودها في السوق.

وبناءً على ما تقدم يمكن القول بأن هناك العديد من السلبيات جراء فقدان أو تدني السمعة التنظيمية من هذه السلبيات والتي تتمثل في فقدان الثقة والمصداقية بين الزبائن والمنظمة ، مما يؤثر ذلك سلباً على حجم مبيعات المنظمة وبالتالي حجم الحصة السوقية لها كما يؤدي تدني سمعة المنظمة إلى قيام الزبائن بنسب أشياء سلبية على المنظمة حتى ولو لم تقم بها تلك المنظمة.

4. اختبار فرضيات الدراسة:

1.4 اختبار فرضية العلاقة:

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson) وذلك لقياس علاقة الارتباط بين الترتيب الداخلي والسمعة التنظيمية. والجدول (02) يوضح نتائج الاختبار، الجدول (02) قيم معامل الارتباط بيرسون (Pearson)

المتغير التابع	المتغير المستقل	الترتيب الداخلي	Sig
السمعة التنظيمية		**0.674	0.00

المصدر: من أعداد الباحث بالاعتماد على (spss:26).

يبين الجدول (02) نتائج اختبار علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة إذ تبين الترتيب الداخلي يرتبط ايجابياً مع السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.674) عند مستوى دلالة (0.00) وهو أقل من مستوى الدلالة المعنوي (0.05) مما يعني أن الارتباط بين المتغيرين دال إحصائياً وتشير قيمة الارتباط بين المتغيرين إلى وجود ارتباط طردي متوسط بينهما وهذا يعني أن الترتيب الداخلي في المصرف المبحوث لها علاقة ارتباط متوسطة بسمعة المصرف التنظيمية ، وهذا يرشدنا إلى أن السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث يمكن تعزيزها بمجرد إحداث تغيير إيجابي في الترتيب الداخلي، وبالتالي تؤكد هذه النتيجة صحة الفرضية الأولى التي نصت على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الترتيب الداخلي وتعزيز السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث).

2.4. إختبار فرضية الأثرين المتغيرين:

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الانحدار البسيط وذلك لقياس مقدار تأثير المتغير المستقل (الترتيب الداخلي) على المتغير التابع (السمعة التنظيمية). والجدول (03) يوضح نتائج اختبار التأثير.

الجدول (03) نتائج اختبار تأثير الترتيب الداخلي في السمعة التنظيمية

السمعة التنظيمية				المتغير التابع المتغير المستقل	
T		F		(β)	(R^2)
Sig	المحسوبة	sig	المحسوبة		
0.00	17.960	0.00	322.551	0.773	0.534

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج (spss:26)

يبين الجدول (03) نتائج اختبار التأثير بين متغيرات الدراسة إذ تظهر النتائج أن قيمة (F) بلغت (322.551) عند مستوى دلالة معنوية بلغت (0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوي (0.05) إذ تؤكد هذه النتيجة معنوية الأثرين المتغيرين أي أن هناك أثر ذا دلالة معنوية للترتيب الداخلي في السمعة التنظيمية إذ بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.534) وهذه النتيجة تشير إلى أن متغير الترتيب الداخلي يفسر ما نسبته (53.4%) من التباين الحاصل في متغير السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث أما النسبة المتبقية والبالغة (46.6%) فترجع لعوامل أخرى غير داخلة في نموذج الدراسة وفي المقابل فإن معامل الانحدار (β) بلغت قيمته (0.773) وهو تأثير معنوي بحسب قيمة (T) التي بلغت قيمتها (17.960) عند مستوى

معنوية (0.00) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يعني أن التغيير في متغير الترتيب الداخلي بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى ارتفاع متغير السمعة التنظيمية بنسبة (77.3%). وبالتالي تؤكد هذه النتيجة صحة الفرضية الثانية والتي تنص على أنه (توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للترتيب الداخلي في السمعة التنظيمية في المصرف المبحوث).

5.الخاتمة :

يعتبر الترتيب الداخلي واحد من أهم الأمور التي يجب على المنظمات الاهتمام بها كونه يعطي للزبائن الانطباع الأول عن المنظمة فضلاً عن توفير بيئة جيدة للعاملين تمكنهم من تأدية وظائفهم بسلاسة. ويعتبر الترتيب الداخلي أحد الوسائل الفعالة التي تستخدمها مختلف المنظمات وخصوصاً الخدمية ذات الاحتكاك الدائم بالزبائن كوسيلة مساعدة لتعزيز سمعة منظماتهم. لقد أدركت المنظمات الناجحة اليوم أن استمرارها وديمومة نجاحها مرتبط بامتلاك سمعة جيدة فلذلك من الضروري على المصارف اليوم أن يكون لديها سمعة جيدة إذ أصبح بناء السمعة الجيدة هدفاً تسعى لتحقيقه جميع المنظمات إذ تعتبر السمعة التنظيمية الجيدة وسيلة لكسب الزبائن وزيادة الحصة السوقية واكتساب ميزة تنافسية تميزها عن المنافسين. و أصبحت في الآونة الأخيرة السمعة هدفاً أساسياً تسعى جميع المنظمات إلى تحقيقه كما تعد السمعة الجيدة من أهم المرتكزات التي تعتمد عليها المنظمات لتحقيق التميز على المنافسين. لذا يجب على المنظمات بشكل عام وعلى المنظمات الخدمية بشكل خاص إن تعطي اهتمام كبير لمسألة الترتيب الداخلي للمنظمة واستخدامه كوسيلة لجذب الزبائن والمحافظة عليهم.

1.1. نتائج الدراسة:

وبناءً على نتائج الدراسة توصل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات هي:

1. وجود علاقة ارتباط موجبة طردية ذات دلالة إحصائية بين الترتيب الداخلي وبين السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث أي بمعنى تتحسن السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث كلما كان الترتيب الداخلي له جيد.
2. وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للترتيب الداخلي في السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث وتشير تلك النتائج إلى أن اهتمام المصرف المبحوث بالترتيب الداخلي له يسهم بالتأثير الواضح في السمعة التنظيمية للمصرف المبحوث.

لذا يجب على المصرف المبحوث الاهتمام بشكل كبير بالترتيب الداخلي له كونه يسهم في تحسين سمعته التنظيمية ويكسبه ميزة تنافسية تميزه عن باقي المصارف الموجودة.

2.5. توصيات الدراسة :
وأوصت الدراسة:

1. إعداد الترتيب الداخلي للمصرف المبحوث على أساس الهندسة البشرية وتوفير أماكن مخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة من الزبائن.
2. ينبغي على المصرف المبحوث أن ينشئ وحدة متخصصة يوكل إليها مهمة إدارة سمعة المصرف وان تتضمن مهامها رصد سمعة المصرف في وسائل الإعلام المختلفة وإعداد تقارير دورية حول نقاط الضعف في سمعة المصرف وتقديم مقترحات من أجل تجاوزها.
3. ضرورة نصب المزيد من صناديق المقترحات لجمع أكبر عدد من المقترحات من الزبائن والتي تخص الترتيب الداخلي للمصرف المبحوث والعمل على تصميم الترتيب الداخلي له وفق تلك المقترحات.

6. قائمة المراجع:

1.6. قائمة المراجع باللغة العربية:

- وهاب، زينب صلاح، (2019)، "تأثير تطبيق استراتيجيات التخطيط الاجمالي في بعض قرارات إدارة العمليات-دراسة ميدانية لآراء عينة من المديرين في الشركة العامة للصناعات القطنية"، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، العدد44، ص 156-169.
- شكر، تبارك محمود، آل فيحان، ايثار عبد الهادي، الشمري، أحمد زيدان، (2017)، "تصميم الترتيب الداخلي الامثل باستعمال تقنية التخصيص النسبي للتسهيلات (CRAFT) بحث تطبيقي في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية-مصنع المأمون"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والادارية والمالية، المجلد9، العدد4، ص ص 256-302.
- محمد، كريم قاسم، (2017)، "زيادة كفاءة الخطوط الإنتاجية من خلال اعادة ترتيبها: بحث تطبيقي في أحد معامل انتاج المحولات في شركة ديالى للصناعات الكهربائية"، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، العدد41، ص ص 183-200.

- نوري، حيدر شاكر، شحاذة، رحمن محمود، (2017)، "ترتيب المكاتب الادارية في كلية الإدارة والاقتصاد-جامعة ديالى باستخدام مصفوفة العلاقات"، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، العدد 41، ص ص 141-166.
- البيضاني، علي جبار حسين، كاظم، عامر عبداللطيف، (2019)، "دور الترتيب الداخلي في تحسين الجودة وخفض الكلفة"، مجلة كلية التربية للبنات، العدد 10، ص ص 327-360.
- عبدالوهاب، نادية لطفي، (2016)، "قياس تأثير الترتيب الداخلي في رضا الزبائن (المرضى) باستعمال نموذج سيرفس سكيب "(Servicescape)، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 22، العدد 89، ص ص 249-267.
- داوود، فضيلة سلمان، كاظم، احمد حبيب، (2018)، "دراسة بدائل الترتيب الداخلي للعمليات على وفق اسلوب الاحمال والمسافات: بحث ميداني في مستشفى الكندي التعليمي"، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 15، العدد 3، ص ص 302-320.
- فواز، هندي، (2019)، "أهمية الترتيب الداخلي في المصنع: دراسة ميدانية بمصنع-عطابي وشوبار للبلاط"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- سعيد، اصفاد مرتضى، موزان، زهراء حمود، (2021)، "تحسين الترتيب الداخلي باستخدام نظرية صفوف الانتظار: دراسة حالة في مديرية المرور العامة مجمع التسجيل المركزي-الحسينية"، مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد 2، العدد 2، ص ص 78-92.
- قدوري، فائق مشعل، عبد، ثائر بدر، (2019)، "توظيف عوامل الهندسة البشرية مدخلاً لتطوير المقدرات الجوهرية: دراسة تحليلية للوحدات التشخيصية والعلاجية في عدد من مستشفيات صلاح الدين"، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 48، ص ص 138-162.
- السرحان، هائل فلاح، العظمت، عبدالله مطر، القرعان، علي زكريا، (2021)، "اثر الهندسة البشرية على الامن والسلامة المهنية في الشركات الصناعية الاردنية: دراسة حالة شركة المناصير للزيوت والمحروقات"، المجلة العربية للإدارة، مجلد 41، العدد 2، ص ص 287-301.

- محمود، مكرم منيب، عبدالله، عادل محمد، (2020)، "عناصر الهندسة البشرية واثرها بتحقيق السعادة في مكان العمل دراسة استطلاعية في مصنع جابر بن حيان في مدينة الموصل"، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 16، العدد 49، ص ص 17-32.
- عبد الباقي، عمر نذير ذنون، (2019)، "تأثير برنامج تعليمي باستخدام تطبيقات الهندسة البشرية على تعلم بعض المهارات الهجومية بكرة السلة لطلاب المرحلة الابتدائية في مدينة الموصل"، مجلة ابحاث كلية التربية الاساسية، المجلد 16، العدد 1، ص ص 2395-2436.
- جمعة، محمود حسن، نوري، حيدر شاكر، ياسين، حمزة حميد، (2019)، "تأثير تطبيقات الهندسة البشرية في السعادة الوظيفية عن طريق الرضا الوظيفي: بحث استطلاعي في كلية الهندسة-جامعة المستنصرية"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 38، العدد 124، ص ص 44-63.
- شامية، مصطفى يوسف حسن. (2020)، " أثر التنشئة التنظيمية في بناء السمعة التنظيمية بالجامعات الفلسطينية" دراسة حالة جامعة الأقصى"، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى.
- المصري، أحمد حمدان مصطفى، (2021)، "القيادة الاقناعية لدى مديري المدارس الثانوية بالمحافظات الجنوبية لفلسطين وأثرها في بناء السمعة التنظيمية لمدارسهم"، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأقصى.
- النجار، محمد سمير، (2018)، "اثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: الدور المعدل للثقة التنظيمية: دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان"، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- البشيتي، سها عمر أحمد، (2019)، " دور الالتزام التنظيمي كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الحياة الوظيفية والسمعة التنظيمية الفلسطينية"، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى.
- 2.6. قائمة المراجع باللغة الاجنبية :
- Ivanov, D., Tsipoulanis, A.&Schonberger, J., (2019),"Global Supply Chain and Operations Management A Decision-Oriented Introduction to the Creation of Value", Second Edition, published by Springer Nature Switzerland AG, Switzerland.

- Jacobs, F.R. & Chase, R.B., (2018),"Operations and Supply Chain Management ", fifteenth edition, Published by McGraw-Hill Education, New York.
- Slack,N., Brandon-Jones,A .& Johnston,R., (2016), "Operations Management" ,Eighth edition, published by Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Heizer, J.,Render, B.& Munson, C.,(2020),"Operations Management sustainability and supply Chain Management ", Thirteenth Edition Global Edition, published by Pearson Education Limited, United Kingdom
- Irfan, M., Hassan, M., Hassan, N., Habib, M., Khan, S., & Nasruddin, A. M. ,(2020), "Project management maturity and organizational reputation: A case study of public sector organizations", IEEE Access, vol (8),p p 28-41.
- Jawad, A. S. & Al-Rabia'i ,S. H. J. ,(2021)," The Impact of Innovative Marketing on the Organization's Reputation by Mediating the Brand _ Field Research in the Oil Marketing Company (SOMO)", Journal of Economics and Administrative Sciences, 27(128),p p 1-28.
- Habib, M. ,(2019), "Responding To Low Severity Crises With Humour: The Effects On Organizational Reputation" , Master's thesis ,University of Guelph.
- Keshta, M. S., El Talla, S. A., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (2020), "The Perceived Organizational Reputation in Islamic Banks", International Journal of Academic Accounting, Finance & Management Research, 4(3),p p 113-133.
- DUĞAN, Ö. &koc,B., (2020), "Durumsal Kriz İletişimi Teorisi Çerçevesinde Kriz Tepki Stratejilerinin Kurumsal İtibar Üzerindeki Rolü Üzerine Bir Araştırma. Connectist" Istanbul University Journal of Communication Sciences, no(59),p p 127-159.
- twfiq,A. S. M AlRabaawi,S. M.,(2021), "Customer Value and its Impact on Improving the Organization's Reputation - Applied Research in Hilla Municipality Directorate", Journal of Management and Economics, 10 (39),pp 45-69.
- Özacn, H.& Solmaz, B., (2019), "Kurumsal Ssoyal Paydaslar Ve Kurumsal İtibar İlişkisi", Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey, 1(2),pp 77-92
- Belo, J. V. ,(2015)," O impacto do branding corporativo na reputação das organizações: o caso Renova", Master's thesis, Higher School of Social Communication.

-
- İpçioğlu, İ. & Arpa, D. , (2020), “Marka Değeri İle Kurumsal İtibar İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma” , Alanya Academic Review Journal, 4(3), p p 821-841.
 - Agha, A. M. Q. & Massoudi, A. H.,(2021), “Showing the Impact of Social Responsibility Campaigns on Organizational Reputation”.3 rd International Conference on Administrative & Financial Sciences, DOI: [http://doi.org/10.24086/afs\(2020\)/paper.348](http://doi.org/10.24086/afs(2020)/paper.348),p p 308-314.
 - Schoofs, L. & Claeys, A. S., (2021), “Communicating sadness: The impact of emotional crisis communication on the organizational post-crisis reputation”. Journal of Business Research, vol(130),p p271-282.
 - Devine, J., (2021), “What Role Do Employees Play In Organizational Reputation?”, Master's thesis .University of Pennsylvania.
 - Choi, S. ,(2019), “Effects of Crisis Severity and Crisis Response Strategies on Postcrisis Organizational Reputation”, Master's thesis ,Colorado State University.
 - Oliveira, A. C., (2015),”Reputação organizacional, satisfação e desempenho: um estudo no sector da saúde” , Master's thesis, University of Instituto.
 - Marques, R. F. ,(2015), “Comunicação Interna e Reputação Organizacional: Estudo de Caso de uma Empresa Business-to-business” , Master's thesis, Lisbon School of Economics and Management