مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية وآليات الحماية منها

أبوبكر يحيى أحمد محمد
طالب دكتوراة،
كلية الاقتصاد والمعاملات
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
ماليزيا
abubakerya@gmail.com

د. شهيدة واتي بنت حاج شهوان
أستاذ مشارك
كلية الاقتصاد والمعاملات
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
ماليزيا
syahidawati@usim.edu.my

©نُشر هذا البحث وفقًا لشروط الرخصة Attribution international (CC BY 4.0)، التي تسمح بنسخ البحث وتوزيعه ونقله بأي شكل من الأشكال، كما تسمح بتكييف البحث أو تحويله أو الإضافة إليه لأي غرض كان، بما في ذلك الأغراض التجارية، شريطة نسبة العمل إلى صاحبه مع بيان أي تعديلات أجريت عليه.

للاقتباس: محمد. أبوبكر يحي وشهوان. شهيدة واتي، مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية وآليات الحماية منها، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، المجلد: 20، العدد: 2، 2025: 349-374.

تاريخ استلام البحث: 2025/08/27م تاريخ قبوله للنشر: 2025/10/28م

DOI: https://doi.org/10.61821/v20i2.0227

الملخص:

تتناول هذه الدراسة موضوع مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية، بوصفها أحد أبرز التحديات التي تهدد ثقة المتعاملين ومصداقية العمل المصرفي الإسلامي. وتهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم مخاطر السمعة الشرعية وأهميته، وتطوير آليات للحماية منها في البنوك الإسلامية. تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي الاستنباطي من خلال ما كتب في الدراسات السابقة ذات الصلة، واستعراض المعايير الصادرة من المؤسسات المتخصصة كهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية AAIOFI، ومجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB، التي تناولت هذا الجانب، وتناقش الدراسة هذه المعطيات من منظور تحليلي نقدي دون استخدام جداول أو أدوات مقارنة أو تحليل نوعي. وتركز الدراسة على التحليل في ضوء الأهداف التي نشأت لأجلها البنوك الإسلامية ودورها في تحقيق مبادئ الاقتصاد الإسلامي، وقد خلصت الرسالة إلى أن الحماية من مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية بحاجة إلى وجود منظومة متكاملة، يكون أساسها كفاءة الفتوى، والحوكمة الشرعية، مع تفعيل دور الإعلام والعلاقات العامة للبنك في تعزيز الوعي والتواصل مع الجمهور، بالإضافة إلى إعطاء البعد الأخلاقي والرسالي للمؤسسة حقه بما يعزز ثقة جمهور المتعاملين مع البنك الإسلامي، كما أوصت الدراسة الباحثين بمزيد من الدراسات حول مخاطر السمعة الشرعية، وإيجاد الآليات العملية لقياسها بدقة، وتطوير البنوك الإسلامية لأنظمتها بما يؤهلها لمواجهة مخاطر السمعة الشرعية بكفاءة عالية.

الكلمات المفتاحية: مخاطر السمعة الشرعية، البنوك الإسلامية، الحوكمة الشرعية، السمعة المؤسسية، المسؤولية الاجتماعية.

Reputational Risks of Shari‘ah Compliance in Islamic Banking and Protective Mechanisms

Abubakr Yahya Ahmed Mohammed
PhD Candidate, Faculty of Economics and Muamalat, International Islamic University Malaysia (IIUM), Malaysia
Dr. Shahidah Wati binti Haji Shawan
Associate Professor, Faculty of Economics and Muamalat, International Islamic University Malaysia (IIUM), Malaysia

©This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.

Citation: Mohammed. Abubakr Yahya and Shawan. Shahidah Wati, Reputational Risks of Shari‘ah Compliance in Islamic Banking and Protective Mechanisms, Journal of the University of Holy Quran and Islamic Sciences، volume: 20, issue:2, 2025:349-374.
DOI: https://doi.org/10.61821/v20i2.0227
Received: 27/08/2025 Accepted: 28/10/2025

Abstract:

This study addresses the issue of Shari‘ah reputation risks in Islamic banks, considering them one of the most significant challenges threatening customer trust and the credibility of Islamic banking operations. The study aims to shed light on the concept and importance of Shari‘ah reputation risks and to develop mechanisms for their mitigation within Islamic banks. It adopts a descriptive–deductive methodology, relying on previous related studies and reviewing standards issued by specialized institutions such as the Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) and the Islamic Financial Services Board (IFSB), which have addressed this aspect. The study discusses these inputs from a critical analytical perspective without employing tables, comparative tools, or qualitative analysis. The focus is placed on analysis in light of the objectives for which Islamic banks were established and their role in realizing the principles of Islamic economics. The findings conclude that

protecting Islamic banks from Shari‘ah reputation risks requires an integrated system founded on the efficiency of fatwa issuance and Shari‘ah governance, alongside activating the role of media and public relations in raising awareness and enhancing communication with the public. Furthermore, the study emphasizes the importance of granting the ethical and mission-oriented dimension of the institution its due weight, thereby strengthening customer confidence in Islamic banks. It also recommends that researchers conduct further studies on Shari‘ah reputation risks, develop practical mechanisms for accurate measurement, and encourage Islamic banks to upgrade their systems to effectively confront these risks with high efficiency.
Keywords: Shari‘ah Reputation Risks, Islamic Banks, Shari‘ah Governance, Corporate Reputation, Social Responsibility.

المقدمة:

تأسست البنوك الإسلامية كفكرة لإيجاد حل مشكلة الربا في البنوك التقليدية وتكررت الدعوات الرافضة للربا في المجتمعات المسلمة وارتفعت أصوات العلماء والمصلحين ببيان حرمة التعامل معها (النجار، 1993) لقد نشأت البنوك الإسلامية على فكرة إسلامية دينية وقام أساس عملها على أحكام فقه المعاملات، واستمدت أهميتها ومكانتها من كونها ملتزمة بأحكام الشريعة الإسلامية، وبعد مرور أكثر من نصف قرن من تأسيسها لازالت البنوك الإسلامية بعد كل هذه السنوات بحاجة إلى الكثير من التحديثات ليس من جهة الأرباح والعوائد بل الأهم من ذلك من جهة التزامها بأحكام الشريعة الأمر الذي يشكل جوهر وجودها وسبب ثقة المتعاملين معها (العثماني، 2025).

إن السمعة الشرعية للبنوك الإسلامية والتي هي نتاج قيامها بدورها الأمثل والأكمل تجاه الالتزام بالأحكام الشرعية، وحمايتها من المخاطر التي يمكن أن تعتريها من هذا الجانب، وهذا موضوع في غاية الأهمية لما يمكن أن ينعكس بسببه على أداء البنك الإسلامي ونتائجه المالية وعلى قاعدة المتعاملين معه وهو موضوع جدير بأن تتم دراسته والبحث فيه وتطويره.

مشكلة الدراسة:

تواجه البنوك الإسلامية العديد من المخاطر كأي مؤسسة مالية تعمل لتحقيق الأرباح، فالمؤسسة المالية تهدف في جوهرها إلى تحقيق الربح وتعزيز القيمة المضافة للمساهمين، من خلال تقديم خدماتها المالية بطريقة تراعي تجنب المخاطر قدر الإمكان (قنديل، 2019)، ولا بد من الإقرار أن البنوك الإسلامية تواجه موجة من الانتقادات سواء من داخلها أو من خارجها ممن يعملون فيها أو يتعاملون معها، وممن لديهم إدراك جزئي أو كلي بأعمالها، ولذلك تواجه العديد من التحديات التي تحيط بسمعتها (الرفاعي، 2017) وخصوصًا المخاطر السمعية المتعلقة بأدائها الشرعي كونها مرتبطة بالأساس بفكرة التميز لأجل توافقها مع أحكام الشريعة الإسلامية في معاملاتها ولذلك كان هذا المحور في غاية الأهمية للبنوك الإسلامية.

من جانب آخر فإن الكثير من البنوك الإسلامية قد تهتم بالجانب المالي على حساب الجانب الشرعي الأمر الذي يؤدي إلى مشاكل في أدائها الشرعي (العثماني، 2025).

تعود الكثير من مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية إلى مسألة الفهم والوعي بالفروق الجوهرية التي تميز البنوك الإسلامية عن غيرها، وكذلك في تصور طبيعة المعاملات التي تقوم بها هذه البنوك سواء من المتعاملين أو حتى من العاملين (محبوب، 2018).

عند الرجوع للدراسات السابقة التي تناولت موضوعات متعلقة بموضوع الدراسة تبين أنها محدودة وقليلة ولا تغطي الموضوعات التي تناولتها الدراسة الماثلة خصوصًا وأن موضوع السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية له أبعاد كثيرة وهامة، ولذلك نجد أن منها ما تناولت موضوع مخاطر السمعة بشكل عام وليس مخاطر السمعة الشرعية تحديدًا، أو أنها تناولت موضوع الحوكمة الشرعية دون مراعاة الجانب الخاص بالسمعة، وقليل من الدراسات تناولت موضوع السمعة الشرعية، وأيضا نجد أنها قد تناولته من جوانب محددة وليست شاملة.

أهمية الدراسة:

تستمد البنوك الإسلامية أهم عناصر قوتها المعنوية من تمسكها والتزامها بالضوابط

الشـرعية التي هي بالأسـاس الركيزة التي تأسـسـت لأجلها ومن هنا تبرز أهمية الدراسـة من الناحية النظرية والعملية من خلال تسـليط الضـوء على مشـكلة واقعة في البنوك الإسـلامية وهي مشكلة المصداقية والسمعة.

من الناحية النظرية: تبرز أهمية هذه الدراسـة من سـعيها لتطوير الإطار النظري لموضـوع الدراسة من خلال التعريف بمخاطر السمعة الشرعية وآثارها وأطر التعامل معها كظاهرة مهمة في المصـرفية الإسـلامية بحاجة إل دراسـة نظرية معمقة، ومن خلال لفت نظر الباحثين وإرشـادهم إلى أهمية موضـوع الدراسـة والتي تطلب مزيدًا من التعمق فيها ودراسـتها بشـكل أوسع وأعمق.

من الناحية العملية: تفيد هذه الدراسة المؤسسات الإسلامية بشكل عام، والبنوك الإسلامية بشكل خاص إلى ضرورة تطوير أعمالها الوقائية الخاصة بمخاطر السمعة، والاهتمام بالسمعة الشـرعية كونها رأس مال معنوي يجب المحافظة عليه وتطويره، كما أنها تؤكد على أهمية تفعيل الدور الرسالي والمجتمعي للبنوك الإسلامية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذا الدراسـة إلى تسـليط الضـوء على مفهوم مخاطر السـمعة الشـرعية وأهميته، وتطوير آليات للحماية منها في البنوك الإسلامية.

إن تطوير آليات الحماية من مخاطر السـمعة الشـرعية وربطها بجميع مكونات البنك الرقابية والتنفيذية هي ما تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء عليه لتجنب مخاطر السمعة الشرعية التي تحيط بالبنوك الإسلامية.

أسئلة الدراسة:

تعبر أسئلة الدراسة عن أهدافها من خلال الأسئلة الآتية:

1 ما مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية وما أهميتها؟

2 ما الآليات الفاعلة للحماية من مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية؟

منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي الاستنباطي من خلال ما كتب في الدراسات السابقة ذات الصلة، واستعراض المعايير الصادرة من المؤسسات المتخصصة كهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية AAIOFI، ومجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB، التي تناولت هذا الجانب، وتناقش الدراسة هذه المعطيات من منظور تحليلي نقدي دون استخدام جداول أو أدوات مقارنة أو تحليل نوعي. وتركز الدراسة على التحليل في ضوء الأهداف التي نشأت لأجلها البنوك الإسلامية ودورها في تحقيق مبادئ الاقتصاد الإسلامي، ودورها الرسالي والمجتمعي.

الدراسات السابقة:

الدراسة (1): مختار الغافود وآخرون (2020): هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات مخاطر السمعة بالمصارف التجارية والتعرض لأهم الأسباب المؤدية لحدوثها، وتحديد الوسائل والإجراءات التي تساعد على الحد من هذه المخاطر في المصارف التجارية الليبية. وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة أن لمحددات مخاطر السمعة في المصارف التجارية تأثيرًا كبيرًا جدًا وأن المؤثرات على السمعة وجدت في موقع المصرف وشكله الداخلي والخارجي، وأيضًا مدى مرونة إدارته في التعامل مع العملاء وكذلك جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل الموظفين لها تأثير على سمعة المصرف، ومن ثم فهي تؤثر على أداء المصارف التجارية. وأوصت الدراسة بأنه على المصارف التجارية الاهتمام بسمعة المصرف من خلال الاهتمام بمعالجة أي عوامل أو أسباب تؤثر على سمعة المصرف.

الدراسة (2): أثير القحطاني وفاطمة حسن (2022): ناقشت أبعاد المخاطر الاستراتيجية وتأثيرها على التنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن مخاطر السمعة واحدة من هذه الأبعاد. ويتضح من نتائج الدراسة مدى تأثير إدارة المخاطر الاستراتيجية بتحقيق التنمية المستدامة وكانت بالترتيب من حيث درجة التأثير في تحقيق التنمية المستدامة: مخاطر الثقافة التنظيمية، مخاطر السمعة التنظيمية، مخاطر الموارد البشرية، مخاطر الوثائق والمعلومات، وأوصت الدراسة

بوجوب تبني فكرة التنمية المستدامة في تعزيز الجانب الإدارة للمخاطر الاستراتيجية، كما أوصت بتطبيق نظام إطار COSO كنموذج لتقييم إدارة المخاطر الاستراتيجية، وأوصت أيضا بضرورة استقطاب الخبراء في مجال المخاطر وإعطاء هذا الجانب اهتمام أكبر.

الدراسة (3): رائد أبو مؤنس (2016): هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم مخاطر سمعة الالتزام بالشريعة، وبيان مدى العلاقة بين القرارات المتخذة من قبل إدارات المصارف الإسلامية في كل من تشكيل هيئات الرقابة الشرعية، ونسب الاحتياطيات في البنك المركزي وبين تعاملهم مع مخاطر سمعة الالتزام بالشريعة. وتوصلت الدراسة إلى أن مخاطر سمعة الالتزام بأحكام الشريعة هي مخاطر جوهرية تهدد المؤسسة المالية الإسلامية، وأن إدارات المصارف الإسلامية تفضل الفتاوى الشائعة في الإقليم الجغرافي التي تتبع له على الفتاوى المؤيدة من المصادر التشريعية المعتبرة في الشريعة.

الدراسة (4): هبة حمامدي (2021): بحثت دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة، وركزت على التغطية الإعلامية وتوقعات الجمهور. وقد وصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أهمية دور التغطية الإعلامية من خلال التغطية المستمرة لإنجازاتها التي حققتها وكذلك التقارير الدورية التي تنشرها الشركة عبر مواقعها المختلفة وكذلك الإعلانات في حماية سمعة الشركة. ووجود تأثير لأصحاب المصالح على مخاطر السمعة في الشركة موضوع الدراسة. وأوصت الدراسة بضرورة صياغة خطة استراتيجية تفصيلية عامة للحماية من مخاطر السمعة.

الدراسة (5): طارق علان (2022): تهدف الدراسة إلى توضيح مدى فاعلية توظيف دوائر العلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في البنوك العاملة في فلسطين خلال الأزمة الاقتصادية عام 2020، أظهرت نتائج الدراسة: أن دائرة العلاقات العامة ساهمت بدور مهم جدا في عملية استجابة البنك للأزمة الاقتصادية وحماية سمعته والتعامل مع الظروف التي نتجت عن الأزمة. وأوصت الدراسة: بضرورة وضع سلطة النقد قوانين تلزم جميع البنوك على أن يكون لديها دوائر علاقات عامة مستقلة ضمن هيكلها التنظيمي.

الدراسة (6): خلود طنش (2019): هدفت الدراسة للتعريف بمفهوم الرقابة الشرعية والمفهوم التنظيمي والإداري لاستقلاليتها وتقصي طبيعة وحدود العلاقة بين هيئات الرقابة الشرعية بالإدارات في المصارف الإسلامية، وانعكاس هذه العلاقة على استقلاليتها، وتوضيح الدور التي تتركه استقلالية هيئة الرقابة الشرعية على تعزيز العمل المصرفي الإسلامي. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هيئة الرقابة الشرعية جهاز مستقل من العلماء والمتخصصين في فقه المعاملات والمحاسبة والاقتصاد وغيرها من التخصصات المتعلقة بعمل المصارف الإسلامية، وأن وجود الرقابة الشرعية واجب وضرورة شرعية حيث تمثل صمام الأمان للأعمال المصرفية الإسلامية، وهذا الواجب لا يتحقق مقصوده ومعناه إلا باستقلالية هيئات الرقابة الشرعية.

الدراسة (7): وليد العازمي وآخرون (2020): هدفت الدراسة إلى إظهار أثر معايير الحوكمة الشرعية في تعزيز الإفصاح والشفافية في المصارف الإسلامية الكويتية، وما يترتب على ذلك من تقوية أداء هذه البنوك لأنشطتها. ونتج عن الدراسة أنه يوجد أثر لمعايير الحوكمة الشرعية المتمثلة بمجلس الإدارة، ولجان مجلس الإدارة، وبيئة الضبط والرقابة، والعلاقات بين المساهمين في تعزيز الإفصاح والشفافية في المصارف الإسلامية الكويتية.

الدراسة (8): عبد الله عطية (2016): وصلت الدراسة إلى تعريفات اصطلاحية لمفاهيم الرقابة الشرعية والتدقيق الشرعي الداخلي وإدارة المخاطر الشرعية ونظام الرقابة الشرعية وحوكمة هياكل النشاطات الشرعية. والرقابة الشرعية الداخلية والامتثال الشرعي والاختلاف بين مفهوم المراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي الخارجي. وقد أوصت الدراسة بتبني وثيقة تقوم بإعادة النظر في بعض المفاهيم وتبني معايير جديدة خاصة بالرقابة الشرعية تشمل نظام الرقابة الشرعية والامتثال الشرعي والمراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي الخارجي.

الاستفادة من الدراسات السابقة: أظهرت الدراسات السابقة تنوعًا في تناول موضوع السمعة ومخاطرها من زوايا متعددة، أسهمت جميعها في إثراء الدراسة الحالية وصقل رؤيتها. فقد ركزت دراسة أثير القحطاني وفاطمة حسن على إدراج مخاطر السمعة ضمن المخاطر

الاستراتيجية التي يجب إدارتها لتحقيق التنمية المستدامة. بينما بينت دراسة مختار الغافود وآخرون أهمية العوامل المؤثرة في سمعة المصارف وإمكانية إسقاطها على الجانب الشرعي من خلال تأهيل العاملين وإبراز الهوية الإسلامية للمؤسسة. وأكدت دراسة رائد أبو مؤنس على البعد الشرعي للسمعة في البنوك الإسلامية ودور الهيئات الشرعية في تعزيز الثقة وحماية رأس المال المعنوي للمصرف. كما أسهمت دراسات هبة حمامدي وطارق علان في توضيح الدور الحيوي للعلاقات العامة والتخطيط الاتصالي في الوقاية من مخاطر السمعة وتعزيز التواصل مع الجمهور. وأوضحت دراستي خلود طنش وعبد الله عطية أهمية استقلالية الرقابة الشرعية ودورها في الرقابة والتدقيق والمراجعة والامتثال، مع التأكيد على مسؤولية جميع الأفراد في المؤسسة لضمان الامتثال لأحكام الشريعة وإدارة المخاطر الشرعية. وأبرزت دراسة وليد العازمي وآخرون ضرورة تفعيل مبادئ الحوكمة الشرعية لضمان الأداء السليم وحماية السمعة المؤسسية.

خلاصة مراجعة الدراسات السابقة: تبين من مراجعة الأدبيات السابقة وجود فجوة بحثية واضحة تتمثل في عدم تناول موضوع السمعة الشرعية بشمولية وكذلك غياب الربط المباشر بين دور الحوكمة الشرعية في إدارة وحماية سمعة البنوك الإسلامية، خصوصًا فيما يتعلق بمخاطر السمعة المرتبطة بالجانب الشرعي تحديدًا. فقد تناولت بعض الدراسات موضوع مخاطر السمعة من زاوية العلاقات العامة أو الامتثال الإداري دون تخصيص الجانب الشرعي. فيما ركزت أخرى على الحوكمة بمعزل عن السمعة، كما أن معظم هذه الدراسات اتبعت مناهج كمية وليست نوعية تحليلية. ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الماثلة، التي تسعى إلى سد هذه الفجوة من مناقشة مخاطر السمعة الشرعية ومناقشة آليات عمل الحماية منها، الأمر الذي يعزز من قدرة البنوك الإسلامية على حماية سمعتها والمحافظة على ثقة جمهور المتعاملين معها.

مخاطر السمعة الشرعية:

السمعة المؤسسية وأهميتها:

أورد الدكتور الصالحي (2020) عددًا من التعريفات للسمعة المؤسسية، منها تعريف

دارويش وبورنز بأنها: التقييم الذاتي والموضوعي للمنظمة من قبل مجموعات المصالح المبنية على أساس التواصل والعواطف، والخبرات المباشرة أو غير المباشرة. ومنها أيضا؛ تعريف هاردك وهيرتل بأنها: المعرفة والمشاعر التي يمتلكها الأفراد حول الشركة. كما أورد أيضًا تعريف جوتسي وولسون بأنها: التقييم الشامل المستمر للمنظمة لدى مجموعات المصالح. ويلاحظ أن هذه التعريفات وإن كانت تؤدي إلى المعنى إلا أنها لا توضحه بشكل كامل ولذا يمكننا أن نصيغ تعريف السمعة المؤسسية بناء على هذه التعريفات وغيرها بأنها: "مجموع التصورات والأفكار والتوجهات والمشاعر والأحكام التي تتكون لدى أصحاب العلاقة عن المؤسسة وأداءها؛ ويتم وصفها وتوقع مستقبلها على أساسها، وذلك نتيجة التفاعل المباشر مع المؤسسة أو عبر آخرين".

يعتقد الباحث بأن هذا التعريف جامع لكافة التعريفات السابقة، ويؤكد على أن هذه المدركات غير الحسية والاتجاهات والأفكار التي يتم تكوينها عن مؤسسة ما، هي نتاج أفعال وتاريخ هذه المؤسسة بالإضافة إلى ما يمكن أن يشاع عنها من أطراف أخرى، وربما تكون هذه التصورات والانطباعات ليست صحيحة، وإنما نابعة من قلة المعلومات أو من تسويئ السمعة المتعمد من قبل المنافسين أو المخالفين.

تعد السمعة من الأصول الاستراتيجية التي لا يمكن لأي منظمة الاستغناء عنها، لما تمثله من قيمة حقيقية في علاقاتها مع الجماهير المختلفة. فمستقبل المنظمة يرتبط بشكل مباشر بصورة السمعة التي تحملها في أذهان الناس، وهي العنصر الفارق الذي يصنع التمايز بين المؤسسات المتنافسة في عالم سريع التغير (الصالحي، 2020).

تشير دراسة أجرتها ليزلي جاينز (2015) إلى أن السمعة تمثل أحد أكثر الأصول تنافسية لدى المؤسسات، إذ قد يصل تأثيرها إلى ما نسبته 60% من القيمة السوقية الإجمالية للمؤسسة. وتؤكد الدراسة أن تضرر سمعة العلامة التجارية يتصدر قائمة المخاطر التي تواجهها المؤسسات على مستوى العالم، مما يعكس الأهمية البالغة التي تحتلها السمعة في بناء قيمة المؤسسة وتعزيز مركزها التنافسي. (حامدي، 2021)

كشـــفت مؤســـســـة بروكينغز (Brookings) أن نحو 38% من القيمة الكلية للشـــركات تعود إلى الأصـــول غير الملموســـة، مثل براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية والعلامة التجارية والســـمعة التنظيمية. وبناء على ذلك، فإنه من الضـــروري أن يولي البنك اهتمامًا خاصًـــا بتعزيز هذه الأصـــول، من خلال التركيز على تطوير القدرات الداخلية وتكاملها، لاســـيما ما يتعلق بمواهب الموظفين وكفاءاتهم، باعتبارهم أحد أهم مقومات التنافس. ويشمل ذلك الاستثمار في تنمية المهارات، وجذب الكفاءات المؤهلة وذات الخبرة، والعمل على اسـتبقائهم وتحفيزهم، بما يسـهم في تعزيز مكانة البنك ورفع قدرته التنافسـية في السوق. (النجار، 2018)

مخاطر السمعة:

جاء في تعريف لجنة بازل لمخاطر الســـمعة على أنها: "الخطر الناجم عن التصـــورات الســـلبية من قبل العملاء، الأطراف المقابلة، المســـاهمين، المســـتثمرين، الجهات المنظمة، أو الأطراف الأخرى ذات العلاقة، والتي يمكن أن تؤثر ســـلبًا على قدرة البنك في الحفاظ على العلاقات التجارية القائمة أو إنشـاء علاقات جديدة، وكذلك على اسـتمرارية الوصـول إلى مصـــادر التمويل". (Basel Committee on Banking Supervision, 2017) كما أنها "احتمال أن تؤدي الدعاية السـلبية المتعلقة بممارسـات أعمال البنك وارتباطاته، سـواء كانت دقيقة أم لا، إلى فقدان الثقة في نزاهة المؤســـســـة" (Basel Committee on Banking Supervision، 2001).

مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية:

من المعلوم أن مخاطر السمعة تتنوع باختلاف الجانب الذي يمكن أن يتأثر سلبًا ويتعلق بأداء المؤسسة ولذلك فإن مخاطر السمعة قد تنال أداء البنك للجانب الإداري وقد تنال أداءه من حيث الجانب المالي وقد تنال أداءه من حيث الجانب الدعائي والتســـويقي، وقد تنال أيضـا أداءه من حيث الجانب الشـرعي، وهذا ما نتطرق إليه في هذه الدراسـة، وذلك لأهميته وخصوصيته وتعلقه بشكل مباشر بأداء المؤسسات المالية الإسلامية على وجه الخصوص ولذا

نرى أنها قد تم تناولها في العديد من منشورات مجلس الخدمات المالية الإسلامية منها ما يمكن اعتباره تعريفًا لها مثلما جاء في المبادئ الإرشادية لإدارة المخاطر للمؤسسات (2005): "تتعرض مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية أيضًا إلى مخاطر السمعة التي تنشأ عن إخفاقها في ضبط الإدارة الداخلية، واستراتيجيات أعمالها وإجراءاتها. ويمكن أن تؤدي الدعاية السلبية حول كيفية ممارسة تلك المؤسسات لأعمالها وعلى الأخص فيما يتعلق بعدم مطابقة منتجاتها وخدماتها للشريعة، إلى التأثير على مركزها في السوق وأرباحها وسيولتها".

تشكل مخاطر السمعة أحد أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات المالية بمختلف أنواعها، ولاسيما البنوك الإسلامية. ففي بيئة تتسم بشدة المنافسة وارتفاع سقف توقعات العملاء، تصبح السمعة عاملًا حاسمًا في ترسيخ الثقة واستمرار العلاقة مع المتعاملين. فالسمعة الحسنة لا تقتصر على الحفاظ على العملاء الحاليين فحسب، بل تسهم كذلك في استقطاب شرائح جديدة من الجمهور، في حين أن أي تراجع في السمعة يؤدي إلى فقدان ثقة العملاء وانسحاب الشركاء. (IFSB, 2005)

إن إدارة مخاطر السمعة المتعلقة بالالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية تعد من أكثر الجوانب حساسية وتعقيدًا في الصناعة المصرفية الإسلامية. فالبنوك الإسلامية تستهدف شريحة محددة من العملاء يتسمون بعاطفة قوية تجاه الالتزام الشرعي، وهو ما يجعلهم أكثر حساسية تجاه أي مساس بمصداقية البنك من هذه الناحية. ولهذا لا بد أن تمتلك المصارف الإسلامية أنظمة صارمة وآليات رقابية فعالة، وفي مقدمتها هيئة الرقابة الشرعية، لضمان الالتزام الكامل بكافة القواعد والمبادئ المستمدة من الشريعة الإسلامية. (أبو مؤنس، 2016).

تنشأ مخاطر السمعة نتيجة الانطباعات السلبية التي تتشكل في الرأي العام، والتي قد تقود إلى خسائر فادحة سواء على مستوى العملاء أو الأموال. وتعود هذه المخاطر غالبًا إلى تصرفات أو ممارسات تصدر عن إدارة المصرف أو موظفيه، تترك انطباعًا سلبيًّا حول أدائه أو علاقاته مع عملائه أو مع الجهات المتعاملة معه. كما يمكن أن تتفاقم هذه المخاطر بفعل انتشار الشائعات السلبية حول نشاط المصرف، الأمر الذي يضعف ثقة المتعاملين ويؤثر على

مكانته في السوق. (الغافود، العيان، و العيان، 2020).

آليات الحماية من مخاطر السمعة الشرعية:

ينبغي على إدارة البنك الإسلامي أن تعتمد إجراءات مدروسة وشاملة لتطبيق مختلف مراحل إدارة المخاطر، والتي تشمل: التعرف على المخاطر، وقياسها بدقة، والسعي لتقليل آثارها، ومتابعتها بشكل مستمر، والإبلاغ عنها في الوقت المناسب، ثم التحكم فيها وفقًا لمنهجية واضحة. ويتطلب ذلك تبني سياسات مناسبة، وتحديد سقوف للمخاطر، ووضع إجراءات تنفيذية دقيقة، بالإضافة إلى الاعتماد على أنظمة معلومات قوية لإدارة المخاطر، تُمكّن من اتخاذ قرارات مبنية على أسس سليمة، وإعداد تقارير داخلية موثوقة تتوافق مع طبيعة وحجم أنشطة البنك الإسلامي ونطاق عملياته. (IFSB، 2005).

تقتضي إدارة السمعة الفعالة داخل المؤسسات المالية، ولا سيما الإسلامية منها، اتباع نهج منهجي يقوم على التتبع المستمر لتطور توقعات أصحاب المصلحة، نظرًا لما تمثله هذه التوقعات من متغيرات ديناميكية تؤثر بشكل مباشر في إدراكهم للمؤسسة. ومن هنا، يصبح من الضروري إدماج تحليل عوامل المخاطر المرتبطة بأصحاب المصلحة ضمن الإطار الأشمل لإدارة المخاطر المؤسسية، بحيث لا يتم التعامل معها كعناصر ثانوية، بل كعناصر استراتيجية تؤثر في الاستقرار والشرعية. ولا يقتصر الأمر على التحليل فقط، بل يتطلب أيضًا إعادة توجيه إدارة المخاطر نحو نموذج استباقي، بحيث تسبق الأحداث بدلاً من أن تقتصر على ردود الأفعال. (أبو العز، 2023). إن إدارة مخاطر السمعة جهد مشترك مع الدوائر الأخرى في البنك فجميع الدوائر يجب أن تكون حذرة في أعمالها وعليها أن تعمل بشفافية مطلقة مع العملاء. (علان، 2022)، ولذا يتعين على إدارة البنك الإسلامي أن تضع آليات فعّالة وكافية لضمان الالتزام التام بأحكام الشريعة الإسلامية. وتشمل هذه الآليات ما يأتي:

أولًا: وجود هيكل تنظيمي واضح المعالم، مزود بالكوادر المؤهلة علميًّا وعمليًّا، وبعدد كاف من الموظفين المتخصصين.

ثانيًا: تحديد دقيق لصلاحيات ومسؤوليات كل جهة أو فرد داخل هذا الإطار التنظيمي.

ثالثا: اعتماد سياسات وإجراءات محكمة تضمن مطابقة المنتجات المصرفية والأنشطة التشغيلية للضوابط الشرعية. كما ينبغي تفعيل نظام رقابي مستقل يعمل بشكل دائم للتأكد من الالتزام بالشريعة في جميع ما يصدر عن البنك من منتجات أو تعاملات. (IFSB، 2005).

الفتاوى الشرعية ومخاطر السمعة الشرعية:

جاء في المعيار رقم (3) مجلس الخدمات المالية الإسلامية: "ينبغي على مؤسسة الخدمات المالية الإسلامية أن تعي تمامًا أن اتخاذها لآراء شرعية دون أخرى قد يترتب عليه مخاطر تتعلق بالسمعة، وهو ما يستوجب منها إدارة هذه المخاطر بحذر ووعي. ولهذا فإن من الضروري أن تحرص المؤسسة، عند تبني أي فتوى فقهية، على التواصل مع العلماء وطلب مشورتهم فيما يخص شرحها وتفسيرها للجمهور، بما يضمن وضوح الموقف ويحد من سوء الفهم أو إثارة الجدل". (IFSB، 2006).

الأمر الذي يؤكد مدى تأثير تضارب الفتاوى الشرعية أو عدم مطابقتها للمعايير الفقهية الصحيحة إلى مخاطر سمعة كبيرة يمكن أن تؤثر على أداء البنك الإسلامي ومصداقيته، الأمر الذي ينبغي التعامل معه بحرص شديد سواء في اختيار الهيئة الشرعية المراقبة للبنك الإسلامي وكفاءة أعضائها وحسن سيرته وموثوقيتهم، تجنبًا للفتاوى الشاذة وتضارب الفتاوى، كما إن توحيد وضبط مرجعية الفتوى والالتزام الشرعي في البنك الإسلامي أمر في غاية الأهمية؛ وقد أكد المعيار نفسه (IFSB، 2006) أن البنك الإسلامي يجب أن ينضبط بفتاوى وقرارات الهيئة الشرعية بالإضافة إلى ضرورة أن توضع آلية واضحة وفعالة للحصول على الفتاوى، وتطبيقها بدقة، وضمان الالتزام بها في جميع أنشطتها ومنتجاتها. ويجب كذلك إتاحة هذه الأحكام للجمهور بكل شفافية. وأن تعمل على إتاحة هذه الأحكام والمبادئ للجمهور ليطلعوا عليها بوضوح وشفافية. كما يجب أن تضع المؤسسة آلية واضحة للحصول على الفتاوى الشرعية من المختصين، والحرص على تطبيقها بدقة، ومتابعة الالتزام بها في جميع ما تقدمه من منتجات وما تقوم به من أنشطة وعمليات.

الحوكمة الشرعية والحماية من مخاطر السمعة الشرعية:

يعرف مجلس الخدمات المالية الإسلامية (IFSB) الحوكمة الشرعية أنها: "مجموعة الترتيبات المؤسسية والتنظيمية التي تضمن من خلالها المؤسسة المالية الإسلامية وجود رقابة مستقلة وفعالة على مدى الالتزام بالشريعة الإسلامية، وذلك من خلال إصدار الفتاوى الشرعية ذات الصلة، ونشر المعلومات، وإجراء مراجعة داخلية للامتثال الشرعي". (IFSB، 2009). وقد جاء في معايير المحاسبة والمراجعة والحوكمة والأخلاقيات: أن الحوكمة الشرعية لها دور مهم في البنك الإسلامي في ترسيخ الانضباط المؤسسي والحفاظ على كفاءة الأداء داخل المؤسسات المالية، وعندما تضعف ثقة الجمهور بهذه المؤسسات فإن النظام الاقتصادي بأكمله قد يتعرض لاختلالات عميقة تؤثر سلبًا على جميع مكوناته، ولذا فإن الحوكمة وسيلة حيوية هامة لحماية النظام المالي وتعزيز سلامته. (AAIOFI، 2015).

إن دور الحوكمة الشرعية في البنك الإسلامي يتعدى مهام هيئة الرقابة الشرعية، بل هي جزء من منظومة الحوكمة المتكاملة والتي تشمل جميع دوائر العمل في البنك الإسلامي بدءًا من مجلس الإدارة وهيئة الرقابة الشرعية ومرورًا بالإدارة التنفيذية وإدارات المراجعة والمخاطر وانتهاء بالموظفين والعاملين في البنك الإسلامي.

إن بناء منظومة حوكمة شرعية متكاملة وقوية وتراعي جميع الجوانب الخاصة بالمخاطر الشرعية في البنك الإسلامي سواء تلك المخاطر الناتجة عن الأخطاء الشرعية في تنفيذ المعاملات والعقود، أو الناتجة عن سلوك العاملين وهوية البنك وثقافته ومسؤوليته الاجتماعية وآراء الجمهور عنه.

إن قوة النظام المالي واستقراره ترتبط بشكل كبير بثقة المستخدمين به، وهذه الثقة لا تتحقق إلا من خلال التزام المشاركين في تقديم المنتجات والخدمات المالية بسلوكيات مهنية سليمة، إلى جانب وجود أنظمة فعالة تضمن الرقابة المستمرة على تلك السلوكيات. (IFSB، 2009).

العلاقات العامة والإعلام في البنك الإسلامي:

يقصد بالعلاقات العامة في البنك الإسلامي ذلك الدور الذي يهدف إلى بناء روابط إيجابية بين المؤسسة وجمهورها، سواء من داخلها أو من خارجها، وتستند هذه الروابط إلى التفاهم المتبادل، وتعزيز الثقة، وتحقيق مصالح مشتركة للطرفين. كما تسعى العلاقات العامة إلى تهيئة المؤسسة – كالبنك مثلًا – للتكيف مع محيطها البيئي وتغيراته، بما يضمن لها الاستمرار والقبول المجتمعي. (حامدي، 2021).

تعد العلاقات العامة الجسر الحيوي الذي يربط بين المنظمة والمجتمع المحيط بها؛ فكل منظمة تقدم خدمة أو منتجًا موجها لأفراد هذا المجتمع، ومن هنا تبرز أهمية تعزيز العلاقات العامة، خاصة مع الفئات المستهدفة التي تسعى المنظمة إلى الوصول إليها وتعريفها بخدماتها، وإقناعها بها، والاستماع إلى آرائها وتقييماتها، بهدف كسب تأييدها ودعمها، مع احترام تلك الآراء وتقديرها بوصفها مدخلًا أساسيا لتحسين الأداء وتعزيز الثقة. (بزور، 2021).

لذلك فإن من مهام العلاقات العامة والإعلام في البنك الإسلامي هو عملية بناء هوية البنك، ومن ذلك بناء الهوية الإسلامية للبنك وإبرازها ولفت النظر إليها.

كما أن على إدارة العلاقات العامة والإعلام في البنك الإسلامي أن تبني خطة اتصال استراتيجي للبنك، تمكنها من الوصول للعملاء وإيصال العملاء بها في كل ما يخص الجانب الشرعي، سواء من خلال الإجابة على الأسئلة والرد على الشكاوى، والتعرف على البنك ومعاملاته.

على إدارة العلاقات العامة والإعلام في البنك الإسلامي أن تستحدث وتطور منظومة التواصل الإلكتروني للبنك، وتهتم بمواقع التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي للبنك، ومركز الاتصال، سواء من خلال الرد على العملاء واستفساراتهم وشكاويهم أو توفير المواد العلمية والإعلامية الكافية لرفع مستواهم المعرفي بالمصرفية الإسلامية، ونشر أخبار البنك ونشاطاته المتعلقة بالجانب الشرعي. (مكتب الاتصال الحكومي بحكومة أم القيوين، 2022).

البعد الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية والشرعية للبنك الإسلامي:

عرف الباحث طارق علان (2022) المسؤولية الاجتماعية للبنوك أنها: "جميع المسؤوليات التي تقع على عاتق جميع البنوك تجاه المجتمع الذي تعمل وتعيش فيه، حيث إنه من الواجب عليها أن تلتزم بالقيام بما هو متوافق مع المصالح العامة والمجتمعية وألا تنظر إلى العوائد المالية لها فقط، وإنما أن تقوم بتقديم المصالح العامة والمجتمعية، وألا تقوم بأية أفعال يكون لها أضرار على البيئة أو على الناس، وتقوم البنوك بالالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية عن طريق المساهمة في المشاريع التنموية التي تخدم المجتمع".

قد جاء في معيار هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية أيوفي أن البعد الرسالي للبنك الإسلامي والذي يشمل: المسؤولية الاجتماعية، وأخلاقيات العمل وثقافته، إضافة إلى الأدوار المتنوعة التي تضطلع بها الأطراف المختلفة داخل المؤسسة المالية الإسلامية. كل هذه الأدوار تسهم في رسم الاتجاه العام الذي تسير عليه المؤسسة في وضع وتنفيذ ومتابعة استراتيجياتها، وصياغة سياساتها، وآليات عملها، ونظم الرقابة التي تعتمدها لضمان الالتزام والانضباط في أدائها. (AAIOFI، 2015).

تشكل القواعد الأخلاقية في المؤسسات المالية الإسلامية إطارًا من القيم المستمدة من الشريعة الإسلامية، وتعد هذه القيم مرجعًا أساسيًّا يوجه سلوك العاملين في المؤسسة وكل من يرتبط بها، أثناء قيامهم بواجباتهم وأدائهم لمهامهم والتزاماتهم تجاه المؤسسة. (AAIOFI، 2015).

إن البنك الإسلامي ليس مؤسسة عادية، بل هي مؤسسة دينية بالمقام الأول، هذه المؤسسة عليها واجب أخلاقي وإسلامي فهي شخصية إسلامية اعتبارية منوط بها واجب الدعوة إلى الله وإظهار الصورة الحسنة للإسلام وإيصال رسالته من خلال ممارساتها الأخلاقية والعادلة، ولذا عليها أن تمارس ذلك من منطلق أنه واجب شرعي، يقول الله عز وجل: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: 108]

جاء في المعيار التاسع لمجلس الخدمات المالية الإسلامية أن احترام قواعد السلوك الحسن يعد عنصرًا أساسيًّا في أخلاقيات المهنة لجميع من يعمل في مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية، بغض النظر عن خلفياتهم الدينية. (IFSB، 2009)

المناقشة والخاتمة

من خلال ما تم تناوله في الدراسة يتبين واضحًا أهمية البعد الشرعي في البنك الإسلامي وتأثيره بشكل مباشر على سمعته في حال حصل خلل في أداء البنك للجانب الشرعي فيه، كما بينت المعايير والدراسات السابقة التي تم الرجوع لها في الدراسة إلى أن السمعة الشرعية في البنك الإسلامي هي رأس مال معنوي ثمين للبنك الإسلامي، يجب الاهتمام بها وإدارة مخاطرها؛ وعليه توصل الباحث إلى نتائج مهمة في فهم السمعة الشرعية وآليات الحماية لها وإدارتها بشكل فاعل وصحيح.

نتائج الدراسة:

توصل الباحثان إلى النتائج الآتية:

1 مخاطر السمعة الشرعية من الأولويات التي على البنك الإسلامي الاهتمام بها والعمل على حمايتها لما لها من تأثير مباشر على أدائه ونتائجه المالية.

2 الفتاوى الشرعية هي عنصر مهم ومؤثر في المخاطر الشرعية للبنك الإسلامي، ومن المهم أن يتم اختيار المؤهلين من العلماء لتولي مهمتها لتجنب الوقوع في تضارب الفتوى أو الفتاوى الشاذة، كما أن تعميم الفتاوى وإيصالها للجمهور وتوعيتهم بها يساهم في الحماية من مخاطر السمعة الشرعية.

3 نظام الحوكمة الشرعية في البنك الإسلامي هو مسؤولية مشتركة بين دوائر العمل جميعًا في البنك الإسلامي وقوة هذا النظام واهتمام البنك الإسلامي به يعد من أهم آليات الحماية من مخاطر السمعة الشرعية فهو يضبط الأداء الشرعي للعاملين وللمنظومة ككل.

4 تؤدي العلاقات العامة والإعلام في البنك الإسلامي دورًا مهمًّا في التواصل مع العملاء

والجمهور وإيصال رسالة البنك الإسلامي له وتوضيح معاملاته ومميزاته لهم مما يزيد الوعي ويحمي من مخاطر السمعة الشرعية.

5 الدور الرسالي والدعوي والأخلاقي للبنك الإسلامي في غاية الأهمية وبسببه يمكن للبنك الإسلامي أن يطور أداءه ويحمي نفسه من الكثير من مخاطر السمعة ومسبباتها، ناهيك أن البعد الدعوي والرسالي للبنك الإسلامي كشخصية اعتبارية مسلمة هو واجب شرعي يجب عليه الالتزام به.

التوصيات:

أولًا: التوصيات العملية:

على الباحثين والدارسين والأكاديميين التوسع والتعمق في دراسة مخاطر السمعة الشرعية في البنوك الإسلامية، لأهميتها، ولقلة الدراسات التي تتناولها؛ خصوصًا في الجوانب المتعلقة بطرق قياسها، والتعامل مع آثارها، والآليات العملية التي يمكن الاستفادة من تطبيقها عمليا في البنوك الإسلامية.

ثانيًا: التوصيات العملية:

على البنوك الإسلامية أن تدرك أهمية مخاطر السمعة الشرعية، وعكس هذا الإدراك عمليًّا من خلال رفع كفاءة العاملين ورفع كفاءة الخدمات، ومن خلال العمل على إدارة مخاطر السمعة الشرعية احترافيًّا من خلال تعزيز منظومة الحوكمة الشرعية وعدم حصرها في إدارة الرقابة الشرعية فقط، بل بإشراك جميع مكونات البنك الإسلامي في هذه المسؤولية، وتطوير وسائل إدارة المخاطر البنكية، والعمل على إفراد تقارير لمتابعتها وإيجاد الآليات العملية التي يمكن من خلالها تقليل آثارها، للوصول إلى أفضل النتائج وبحيث يصبح البنك الإسلامي معبرًا عن هويته ومؤديًا للدور الكامل المنوط به.

المراجع

بزور ، نور الدين. (2021). *دور العلاقات العامة في إدارة السمعة الإلكترونية من وجهة نظر المؤسسة والجمهور مجموعة الاتصالات الفلسطينية نموذجًا، جامعة النجاح*

الوطنية، نابلس فلسطين.

حمامدي، هـ. (2021). *دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة*. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح.

الرفاعي، ح. م. (2017). *المصرفية الإسلامية بين تأثير مخاطر لسمعة وتأثر البيئة الصديقة*. الشارقة: مركز الشارقة الإسلامي لدراسات الاقتصاد والتمويل، جامعة الشارقة.

الصالحي، ح. (2020). *السمعة المؤسسية دراسة وصفية لتطور المفهوم وأساليب القياس*. صنعاء: جامعة صنعاء، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي.

طنش، خ. (2019). استقلالية هيئات الرقابة الشرعية ودورها في تعزيز العمل المصرفي الإسلامي في ضوء معايير الحوكمة الصادرة عن أيوفي دراسة تحليلية. الشارقة: *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والدراسات الإسلامية*.

العازمي، و حسن، ع. ع.، & شرف الدين، أ. (2022). *أثر معايير الحوكمة الشرعية في تعزيز الإفصاح والشفافية في المصارف الكويتية*. الكويت.

العثماني، م. (2025). واقع وآفاق الحوكمة الشرعية في المؤسسات المالية الإسلامية ومسؤولية الجهات الرقابية تجاهها. *الحوكمة الشرعية في المؤسسات المالية الإسلامية المعاصرة، الدورة السادسة والعشرون* (pp. 7-18). الدوحة: مجمع الفقه الإسلامي الدولي.

أبو العز، ن. ع. (2023، إبريل 13). مدخل محاسبي لقياس وإدارة مخاطر السمعة في منظمات الأعمال بهدف تدعيم قرارات أصحاب المصالح. بوسعيد: جامعة بورسعيد، *مجلة* البحوث المالية والتجارية، p. 146.

علان ، ط. م. (2022). *فعالية توظيف دوائر العلاقات العامة في إدارة مخاطر السمعة في البنوك العاملة في فلسطين خلال الأزمة الاقتصادية عام 2020، بنك الأردن كدراسة حالة*. نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

الغافود، م. ع.، العيان، ع. م.، & العيان، ا. م. (2020، يونيو). محددات مخاطر السمعة

بالمصارف التجارية الليبية. *مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية. ليبيا*.

القحطاني، أ. م.، & حسن، ف. م. (2022، نوفمبر 30). أبعاد المخاطر الاستراتيجية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة دراسة تطبيقية على وزارة البيئة والمياه والزراعة بمنطقة عسير بالمملكة العربية السعودية. *العدد السادس والعشرون*، p. 7، المملكة العربية السعودية.

قنديل، ص. ع. (2019). المخاطر في المصارف الإسلامية. *مجلة إسرا الدولية للمالية الإسلامية*، p. 61 المجلد العاشر، العدد الثاني، ماليزيا.

أبو مؤنس، ر. (2016). مخاطر السمعة والالتزام بالشريعة في المصارف الإسلامية دراسة حالة على الاحتياطيات في البنوك المركزية وكيفية تشكيل هيئات الرقابة الشرعية. عمان: الجامعة الأردنية، *مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون*.

محبوب، ع. (2018). إدارة المخاطر التي تنفرد بها البنوك الإسلامية دراسة نظرية. الجزائر: جامعة المسيلة.

مكتب الاتصال الحكومي بحكومة أم القيوين. (2022). *سياسة السمعة المؤسسية*. أم القيوين، الإمارات العربية المتحدة: مكتب الاتصال الحكومي بحكومة أم القيوين.

النجار، أ.ع. (1993). حركة البنوك الإسلامية حقائق الأصل وأوهام الصورة، شركة سبرينت، مصر. الطبعة الأولى.

النجار، م. س. (2018). *أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية : الدور المعدل للثقة التنظيمية دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان*. عمان: جامعة الشرق الأوسط.

AAIOFI . (2015). *معايير المحاسبة والمراجعة والحوكمة والأخلاقيات، معيار الحوكمة للمؤسسات المالية الاسلامية رقم 1*. البحرين: هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية AAIOFI .

IFSB. (2005). *المبادئ الإرشادية لإدارة المخاطر للمؤسسات التي تقتصر على تقديم*

خدمات مالية إسلامية، المعيار 1. كوالالمبور: مجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB.

IFSB. (2006). *المبادئ الإرشادية لضوابط إدارة المؤسسات التي تقتصر على تقديم خدمات مالية إسلامية، المعيار 3*. كوالالمبور: مجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB.

IFSB. (2009). *المبادئ الإرشادية لسلوكيات العمل للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية، المعيار 9*. كوالالمبور: مجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB.

References:

Basel Committee on Banking Supervision .(2001) .*Customer due diligence* .Basel: BIS.

Basel Committee on Banking Supervision .(2017) .*Guidelines Identification and management of step-in risk* .Basel: BIS.

Buzūr, Nūr al-Dīn. (2021). Dawr al-ʻAlāqāt al-ʻĀmmah fī Idārat al-sumʻah al-iliktrūnīyah min wijhat naẓar al-Muʼassasah wāljmhwr majmūʻah al-ittiṣālāt al-Filasṭīnīyah namūdhajan, Jāmiʻat al-Najāḥ al-Waṭanīyah, Nābulus Filasṭīn.(in Arabic).

Ḥmāmdy, H. (2021). Dawr al-Takhṭīṭ al-istirātījī lil-ʻalāqāt al-ʻĀmmah fī Idārat Makhāṭir al-sumʻah. Nābulus, Filasṭīn : Jāmiʻat al-Najāḥ. (in Arabic).

al-Rifāʻī, Ḥ. M. (2017). al-maṣrifīyah al-Islāmīyah bayna Taʼthīr Makhāṭir lsmʻh wtʼthr al-bīʼah al-ṣiddīqah. al-Shāriqah : Markaz al-Shāriqah al-Islāmī li-Dirāsāt al-iqtiṣād wa-al-tamwīl, Jāmiʻat al-Shāriqah. (in Arabic).

al-Ṣāliḥī, Ḥ. (2020). al-sumʻah al-muʼassasīyah dirāsah waṣfīyah li-taṭawwur al-mafhūm wa-asālīb al-qiyās. Ṣanʻāʼ : Jāmiʻat Ṣanʻāʼ, Kullīyat al-Iʻlām, Majallat al-bāḥith al-Iʻlāmī. (in Arabic).

Ṭnsh, Kh. (2019). Istiqlālīyat hayʼāt al-Raqābah al-sharʻīyah wa-dawruhā fī taʻzīz al-ʻamal al-maṣrifī al-Islāmī fī ḍawʼ maʻāyīr al-Ḥawkamah al-ṣādirah ʻan aywfy dirāsah taḥlīlīyah. al-

Shāriqah : Majallat Jāmiʻat al-Shāriqah lil-ʻUlūm al-sharʻīyah wa-al-Dirāsāt al-Islāmīyah. (in Arabic).

al-ʻĀzimī, wa Ḥasan, ʻA. ʻA., & Sharaf al-Dīn, U. (2022). Athar maʻāyīr al-Ḥawkamah al-sharʻīyah fī taʻzīz al-Ifṣāḥ wa-al-shafāfīyah fī al-maṣārif al-Kuwaytīyah. al-Kuwayt. (in Arabic).

al-ʻUthmānī, M. (2025). wāqiʻ wa-āfāq al-Ḥawkamah al-sharʻīyah fī al-muʼassasāt al-mālīyah al-Islāmīyah wa-masʼūlīyat al-jihāt al-raqābīyah tujāhahā. al-Ḥawkamah al-sharʻīyah fī al-muʼassasāt al-mālīyah al-Islāmīyah al-muʻāṣirah, al-dawrah al-sādisah wa-al-ʻishrūn (pp. 7-18). al-Dawḥah : Majmaʻ al-fiqh al-Islāmī al-dawlī. (in Arabic).

Abū al-ʻIzz, N. ʻA. (2023, Ibrīl 13). madkhal Muḥāsibī li-qiyās wa-idārat Makhāṭir al-sumʻah fī munaẓẓamāt al-Aʻmāl bi-hadaf tadʻīm qarārāt aṣḥāb al-maṣāliḥ. Būsaʻīd : Jāmiʻat Būrsaʻīd, Majallat al-Buḥūth al-mālīyah wa-al-tijārīyah, p. 146. (in Arabic).

ʻAllān, Ṭ. M. (2022). faʻālīyat Tawẓīf Dawāʼir al-ʻAlāqāt al-ʻĀmmah fī Idārat Makhāṭir al-sumʻah fī al-bunūk al-ʻāmilah fī Filasṭīn khilāl al-azmah al-iqtiṣādīyah ʻām 2020, Bank al-Urdun kdrāsh ḥālat. Nābulus : Jāmiʻat al-Najāḥ al-Waṭanīyah. (in Arabic).

Alghāfwd, M. ʻA., al-ʻiyān, ʻA. M., & al-ʻiyān, A. M. (2020, Yūniyū). Muḥaddidāt Makhāṭir al-sumʻah bālmṣārf al-Tijārīyah al-Lībīyah. Majallat al-ʻUlūm al-iqtiṣādīyah wa-al-siyāsīyah. Lībiyā. (in Arabic).

al-Qaḥṭānī, U. M., & Ḥasan, F. M. (2022, Nūfimbir 30). Abʻād al-makhāṭir al-Istirātījīyah wa-dawruhā fī taḥqīq al-tanmiyah al-mustadāmah dirāsah taṭbīqīyah ʻalá Wizārat al-bīʼah wa-al-miyāh wa-al-zirāʻah bi-Minṭaqat ʻAsīr bi-al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah. al-ʻadad al-sādis wa-al-ʻishrūn, p. 7, al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah. (in Arabic).

Qandīl, Ṣ. ʻA. (2019). al-makhāṭir fī al-maṣārif al-Islāmīyah. Majallat isrā al-Dawlīyah llmālyh al-Islāmīyah, p. 61 al-

mujallad al-ʻāshir, al-ʻadad al-Thānī, Mālīziyā. (in Arabic).

Abū Muʼnis, R. (2016). Makhāṭir al-sumʻah wa-al-iltizām bi-al-sharīʻah fī al-maṣārif al-Islāmīyah dirāsah ḥālat ʻalá alāḥtyāṭyāt fī al-bunūk al-Markazīyah wa-kayfīyat tashkīl hayʼāt al-Raqābah al-sharʻīyah. ʻAmmān : al-Jāmiʻah al-Urdunīyah, Majallat Dirāsāt ʻulūm al-sharīʻah wa-al-qānūn. (in Arabic).

Maḥbūb, ʻA. (2018). Idārat al-makhāṭir allatī tnfrd bi-hā al-bunūk al-Islāmīyah dirāsah Naẓarīyat. al-Jazāʼir : Jāmiʻat al-Masīlah. (in Arabic).

Maktab al-ittiṣāl al-ḥukūmī bḥkwmh Umm alqywyn. (2022). Siyāsat al-sumʻah al-muʼassasīyah. Umm alqywyn, al-Imārāt al-ʻArabīyah al-Muttaḥidah : Maktab al-ittiṣāl al-ḥukūmī bḥkwmh Umm alqywyn. (in Arabic).

al-Najjār, U. ʻA. (1993). Ḥarakat al-bunūk al-Islāmīyah ḥaqāʼiq al-aṣl wa-awhām al-Ṣūrah, Sharikat sbrynt, Miṣr. al-Ṭabʻah al-ūlá. (in Arabic).

al-Najjār, M. S. (2018). Athar Idārat al-Mawāhib fī Taḥsīn al-sumʻah al-tanẓīmīyah : al-Dawr al-muʻaddal llthqh al-tanẓīmīyah dirāsah maydānīyah ʻalá al-bunūk al-Tijārīyah al-Urdunīyah fī Madīnat ʻAmmān. ʻAmmān : Jāmiʻat al-Sharq al-Awsaṭ. (in Arabic).

Aaiofi. (2015). maʻāyīr al-muḥāsabah wa-al-murājaʻah wa-al-ḥawkamah wa-al-akhlāqīyāt, Miʻyār al-Ḥawkamah lil-muʼassasāt al-mālīyah al-Islāmīyah raqm 1. al-Baḥrayn : Hayʼat al-muḥāsabah wa-al-murājaʻah lil-muʼassasāt al-mālīyah al-Islāmīyah AAIOFI. (in Arabic).

Ifsb. (2005). al-mabādiʼ al-irshādīyah li-idārat al-makhāṭir lil-muʼassasāt allatī tqtṣr ʻalá taqdīm khidmāt mālīyah Islāmīyah, al-Miʻyār 1. kwālālmbwr : Majlis al-Khidmāt al-mālīyah al-Islāmīyah IFSB. (in Arabic).

Ifsb. (2006). al-mabādiʼ al-irshādīyah lḍwābṭ Idārat al-muʼassasāt allatī tqtṣr ʻalá taqdīm khidmāt mālīyah Islāmīyah, al-Miʻyār 3. kwālālmbwr : Majlis al-Khidmāt al-mālīyah al-Islāmīyah IFSB. (in Arabic).

Ifsb. (2009). al-mabādi’ al-irshādīyah li-sulūkīyāt al-‘amal lil-mu’assasāt allatī taqaddum khidmāt mālīyah Islāmīyah, al-Mi‘yār 9. kwālālmbwr : Majlis al-Khidmāt al-mālīyah al-Islāmīyah IFSB. (in Arabic).

Basel Committee on Banking Supervision. (2001). Customer due diligence. Basel: BIS.

Basel Committee on Banking Supervision. (2017). Guidelines Identification and management of step-in risk. Basel: BIS.