



جامعة المنصورة
كلية السياحة والفنادق

أثر رأس المال الفكري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة إعداد

د/ محمود السيد إمام

مدرس بقسم الدراسات السياحية
كلية السياحة والفنادق
جامعة مدينة السادات

د/ سارة عبدالرحمن على

مدرس بقسم الدراسات السياحية
معهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق
بالمقطم

أثر رأس المال الفكري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة

إعداد

د. سارة عبد الرحمن علي عبد الرحمن^١ / د. محمود السيد إمام^٢

الملخص

يعد رأس المال الفكري الأخضر إحدى الآليات المهمة التي تساعد شركات السياحة على تحقيق التميز، وتحسين مستوى الأداء، وتعزيز الابتكار ومن ثم الحصول على ميزة تنافسية مستدامة. وتهدف الدراسة الحالية إلى تقييم أثر رأس المال الفكري الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً عبر أبعاده (رأس المال البشري الأخضر- رأس المال الهيكلي الأخضر- رأس المال الاجتماعي الأخضر) على الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة المصرية. ولتحقيق هدف الدراسة؛ تم توزيع ٥٤٤ استمارة على عينة من العاملين في شركات السياحة فئة "أ" بالقاهرة، تم تحليل ٤١٨ استمارة باستخدام برنامجي SPSS V.25، AMOS V.24. وقد توصلت النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية قوية بين رأس المال الفكري الأخضر والميزة التنافسية المستدامة وأبعادها (الكفاءة- الجودة- الإبداع- الاستجابة لحاجات العميل) في شركات السياحة، كما أبرزت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية وطردية بين رأس المال البشري الأخضر ورأس المال الهيكلي الأخضر ورأس المال الاجتماعي الأخضر والميزة التنافسية

^١ مدرس بقسم الدراسات السياحية معهد القاهرة العالي للسياحة والفنادق بالمقطم

^٢ مدرس بقسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق جامعة مدينة السادات

المستدامة بأبعادها الأربعة. كذلك أكدت نتائج الدراسة أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر معنوياً وإيجابياً على الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها الأربعة في شركات السياحة المصرية. **الكلمات المفتاحية:** رأس المال الفكري الأخضر- الميزة التنافسية المستدامة – رأس المال البشري الأخضر – رأس المال الهيكلي الأخضر – رأس المال الاجتماعي الأخضر- شركات السياحة – مصر.

The Impact of Green Intellectual Capital on the Sustainability of Competitive Advantage in Tourism Companies

Abstract

Green intellectual capital is one of the important mechanisms that help tourism companies achieve excellence, improve performance, enhance innovation and then obtain a sustainable competitive advantage. The current study aims to assess the impact of green intellectual capital as an independent variable across its dimensions (green human capital - green structural capital - green social capital) on the sustainable competitive advantage in the Egyptian tourism companies. To achieve the objective of the study; 544 forms were distributed to a sample of employees in tourism companies in Cairo Category A, 418 questionnaires were analyzed using SPSS V. 25 and AMOS V.24 programs. The study concluded that there is a strong positive and significant correlation between green intellectual capital and sustainable competitive

advantage and its dimensions (Efficiency - Quality - Innovation - Response to customer needs) in tourism companies, the results also highlighted there is a significant and direct correlation between green human capital, green structural capital, green social capital, and sustainable competitive advantage and its four dimensions. The results also confirmed that green intellectual capital has a positive and significant impact on the sustainable competitive advantage and its four dimensions in Egyptian tourism companies.

Keywords: Green Intellectual capital- Sustainable Competitive Advantage- green human capital - Green Structural Capital - Green Social Capital- Tourism Companies- Egypt.

المقدمة:

تواجه الشركات في الوقت الراهن جملة من التحديات نتيجة التقدم التكنولوجي والتنافسية الشديدة والتغيرات البيئية والاجتماعية، بجانب الاقتصاد الذي أصبح قائماً علي المعارف والمهارات، الأمر الذي جعل الشركات تهتم بشكل كبير بمواردها البشرية والعمل علي الاحتفاظ بها وتحفيزها من أجل مواكبة هذه التطورات (Mansoor et al., 2020) ، فالموارد البشرية تعد أهم موارد الشركة والذي من خلالها يتحقق الإبداع والتميز. هذا بجانب تركيزها علي الأصول غير الملموسة أو ما يسمى برأس المال الفكري الذي يعد أحد المؤشرات المهمة لنجاح الشركات وتميزها، كما أنه يسهم بشكل رئيس في تعزيز الإبداع والابتكار، وتحسين الأداء، وبالتالي تحويل المعرفة إلي قيمة مضافة، ومن ثم إلى ميزة تنافسية (Nisar et al., 2021).

ونظراً لارتفاع الوعي البيئي لدي العملاء وزيادة الطلب علي المنتجات الخضراء، أصبح من الضروري على الشركات أن تتبني استراتيجيات صديقة للبيئة تستطيع من خلالها تحسين وضعها التنافسي، وتعزيز أدائها البيئي من خلال الابتكار الأخضر، وتحقيق أهدافها التنظيمية، والالتزام بمسئولياتها تجاه حماية البيئة، ومن أهم هذه الاستراتيجيات رأس المال الفكري الأخضر (Jirakraisiri et al., 2021). ويساعد رأس المال الفكري الأخضر الشركات علي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وتعزيز صورتها الخضراء أمام العملاء، وضمان الإبداع والابتكار، وتحسين الأداء المالي، ومساعدة الشركة علي تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بجانب تعزيز رضا العملاء عن المنتجات والخدمات المقدمة، وبالتالي تحسين نوايا الشراء لديهم (Yadiati et al., 2019)؛ Sheikh, (2021).

ويعد اكتساب ميزة تنافسية مستدامة للشركات أمراً حتمياً بسبب التطورات المستمرة والسريعة، الأمر الذي جعل الشركات تهتم بشكل كبير بتطويرها وتجديدها، من أجل تحقيق التفوق والنجاح والتميز على المنافسين، والعمل على زيادة رضا العملاء (الغامدى والسحان، ٢٠٢٠؛ على، ٢٠٢٠)، بالإضافة إلى ضرورة بذل مزيد من الجهد في البحث عن المصادر الحقيقية للميزة التنافسية والتي من أبرزها امتلاك رأس المال الفكري الأخضر (عايض وأبو هادي، ٢٠١٩).

مشكلة الدراسة

فرضت التنافسية الشديدة والتغيرات والتطورات في الاقتصاد العالمي تحديات كبيرة أمام الشركات، ومع ارتفاع الوعي البيئي لدي العملاء أصبح لزاماً على الشركات أن توفر منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية وتتوافق مع البيئة. ولكي تتمكن شركات السياحة من تحقيق النجاح والتميز واستدامة الميزة التنافسية، فلا بد أن تتبنى استراتيجية تستطيع من خلالها الاستفادة من الموارد البشرية بشكل سليم، والتعامل مع الآثار السلبية للبيئة وأن تكون أكثر التزاماً بتحقيق متطلبات الاستدامة، ومن أبرز هذه الاستراتيجيات رأس المال الفكري الأخضر. وبناء على ما سبق، تتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الآتي: هل يؤثر رأس المال الفكري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية؟

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من النقاط الآتية:..

- يعد موضوع رأس المال الفكري الأخضر من الموضوعات الحديثة نسبياً في الفكر الإداري، مما يستوجب التعمق في دراسته وتوضيح أبعاده.
- شدة المنافسة بين شركات السياحة الأمر الذي يستلزم الاستفادة القصوي من مهارات العاملين لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- لم تستكشف أي دراسة سابقة – علي حد علم الباحثين- تناولت طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة والمتمثلة في رأس المال الفكري الأخضر بأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري الأخضر، ورأس المال الهيكلي الأخضر، ورأس المال الاجتماعي الأخضر) والميزة التنافسية المستدامة بشركات السياحة.
- قد تفيد النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة صانعي القرار داخل شركات السياحة في إدراك أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري الأخضر كسبيل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة والتفوق التنافسي.

أهداف الدراسة

- تسعي هذه الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:
- قياس مستوى تطبيق متغيرات الدراسة (رأس المال الفكري الأخضر – الميزة التنافسية المستدامة) داخل شركات السياحة المصرية.

- فحص طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر بأبعاده الثلاث (رأس المال البشري الأخضر، ورأس المال الهيكلي الأخضر، ورأس المال الاجتماعي الأخضر) وبين استدامة الميزة التنافسية بشركات السياحة.
- التحقق من تأثير رأس المال الفكري الأخضر بأبعاده الثلاث (رأس المال البشري الأخضر، ورأس المال الهيكلي الأخضر، ورأس المال الاجتماعي الأخضر) على استدامة الميزة التنافسية بشركات السياحة بأبعاده الأربعة (الكفاءة المتفوقة - الجودة المتفوقة - الإبداع المتفوق - الاستجابة المتفوقة لحاجات العميل).
- التوصل إلي بعض النتائج، وتقديم مجموعة من التوصيات التي يأمل الباحثين أن تسهم في تفعيل رأس المال الفكري الأخضر واستخدامه في زيادة القدرة التنافسية لشركات السياحة.

فروض الدراسة

تقوم الدراسة على الفروض التالية:

١. توجد علاقة ارتباط معنوية بين رأس المال الفكري الأخضر واستدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة.
٢. يؤثر رأس المال الفكري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة.
٣. يؤثر رأس المال البشري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة.

٤. يؤثر رأس المال الهيكلي الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة.
٥. يؤثر رأس المال الاجتماعي الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة.

الإطار النظري

مفهوم رأس المال الفكري الأخضر

يعد رأس المال الفكري الأخضر إحدى الاستراتيجيات البارزة التي تتبناها الشركات التي تسعى للتحويل نحو الانتاج الأخضر وتطبيق مبادئ الاستدامة (Yadiati et al., 2019)، ويساعد رأس المال الفكري الأخضر الشركات علي ضمان الإبداع والابتكار وتحقيق ميزة تنافسية (Sheikh, Delgado-Verde et al., 2014, 2021)، بجانب أنه يعمل علي خلق قيمة للشركة وتلبية احتياجات ومتطلبات العملاء فيما يتعلق بالقضايا البيئية (Ali et al., 2021). وعلي الرغم من أهمية رأس المال الفكري في تعزيز الابتكار وتحسين أداء الشركة وقدرتها التنافسية، فإن مفهوم رأس المال الفكري الأخضر لم يحظ بالاهتمام الكافي في الأبحاث والدراسات (Haldorai et al., 2022). ولقد تم تطوير مفهوم رأس المال الفكري الأخضر من قبل Chen عام ٢٠٠٨ وذلك لتعزيز الجانب البيئي لدى الشركات، وتحسين الميزة التنافسية لها (Ali et al., 2021).

ويرى Mansoor et al. (٢٠٢٠) أن مفهوم رأس المال الفكري الأخضر يشير إلي جميع الأصول غير الملموسة التي تمكن الشركة من خلق قيمة وتحقيق ميزة تنافسية وتكون مصدراً للإبداع والابتكار مثل المعارف، والقدرات، والخبرات، والحكمة، والعلاقات الجيدة مع العملاء والموردين وما إلي ذلك حول حماية

البيئة أو الإبداع الأخضر على مستوى الفرد والمنظمة. وقد عرّف Yong et al. (٢٠١٩) رأس المال الفكري الأخضر بأنه مجموع كل مصادر المعرفة التي يمكن للشركات الاستفادة منها في عملية إدارة البيئة من أجل اكتساب ميزة تنافسية والحفاظ على البيئة، كما يعرف Ali et al. (٢٠٢١) رأس المال الفكري الأخضر بأنه مزيج وتكامل رأس المال الفكري مع المبادرات والاهتمامات البيئية والابتكار الأخضر على المستويين الفردي والتنظيمي، متضمناً كافة الأصول غير الملموسة مثل المعارف والكفاءات والقدرات وكافة أنواع التعاون والعلاقات بين المنظمة والجهات المختلفة. بينما أضاف الحكيم وموسي (٢٠١٨) أن رأس المال الفكري الأخضر هو قدرات ومهارت متميزة تتمتع بها الشركة وتستطيع من خلالها تقديم منتج جديد أو توليد معارف وأفكار إبداعية جديدة تؤدي إلي الحفاظ على البيئة ومعالجة المشاكل والقضايا البيئية. ويتضح من التعريفات المختلفة لرأس المال الفكري الأخضر أنه يتكون من عدة عناصر هي كما ذكرها الحكيم وموسي (٢٠١٨):

- أ. الوعي البيئي: أن تمتع الشركة بوعي بيئي عال يساعدها علي تحقيق النجاح والتميز بين المنافسين، ويجعلها قادرة علي خلق بيئة عمل مستدامة تحافظ علي البيئة.
- ب. الإدارة الخضراء: يقصد بها الإدارة التي تحفز وتشجع العاملين علي المحافظة علي البيئة، عن طريق أداء الأنشطة الخضراء.
- ج. الإبداع أو الابتكار الأخضر: قدرة الشركة علي تقديم منتجات وخدمات خضراء تحافظ من خلالها علي البيئة، وأيضاً تساعدها علي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- د. الأصول غير الملموسة: تشمل المهارات والخبرات والقدرات التي تمكن الشركة من تحقيق أهدافها المرتبطة بحماية البيئة وتحقيق الاستدامة.

ويستمد رأس المال الفكري الأخضر أهميته من كونه أحد أبرز الأصول التي تمتلكها الشركات والتي تساعد على تحقيق التفوق والتميز، خاصة وأن التنافس اليوم أصبح يقوم على المعرفة والمهارات التي تمتلكها الشركة (أبو شامة، ٢٠١٥). ويحقق رأس المال الفكري الأخضر عديداً من المزايا التنافسية للشركات (موسي، ٢٠١٧)، كما أنه يسهم بشكل كبير في نجاح الشركة وتميزها عن المنافسين وتحسين مستوي أدائها (Kusi-Sarpong et al., 2021)، وبالتالي تحسين مستوي التنافسية التنظيمية (Yadiati et al., 2019)، من خلال تعزيز مستوي الابتكار والإبداع (Hayaeian et al., 2021)، وكذلك زيادة قيمة المنظمة عن طريق طرح الحلول والأفكار الابداعية لمعالجة كافة المشاكل التي تواجهها وتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية (عبدالله والجبوري، ٢٠١٧). كما يلعب رأس المال الفكري الأخضر دوراً مهماً في تحقيق الأداء المستدام للشركات (Sheikh, 2021)، وتعزيز السلوكيات المؤيدة للبيئة لدى العاملين (Nisar et al., 2021)، بجانب تحسين سمعة الشركات (Ginesti et al., 2018). وقد ذكر Jirakraisiri et al. (٢٠٢١) و Frank (٢٠٢١) أن رأس المال الفكري الأخضر يحقق للشركات مجموعة من النتائج الإيجابية منها تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وتعزيز كفاءتها، وتعزيز صورتها الخضراء، وكذلك الاستفادة من الفرص السوقية الجديدة، فضلاً عن تعزيز رضا العملاء وتحسين نوايا الشراء لديهم. وقد أشار كل من Chen (٢٠٠٨) و Chang (٢٠١١) إلى أن رأس المال الفكري الأخضر لا يقلل من التأثير البيئي فحسب، بل يوفر أيضاً ميزة تنافسية للشركة من خلال خفض التكاليف.

وقد توصلت دراسة بريس وآخرين (٢٠١٩) إلى وجود علاقة تأثير موجبة وقوية وذات دلالة معنوية لرأس المال الفكري الأخضر على

مستوي التوجه الريادي، وتوصلت أيضاً دراسة عبودي وداغر (٢٠٢١) إلى وجود علاقة طردية معنوية بين أبعاد رأس المال الفكري الأخضر وبين أبعاد الهيبة التنظيمية للشركات، كما توصلت دراسة Sheikh (٢٠٢١) أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر بشكل كبير علي مستوى الابتكار الاجتماعي، كما أكدت نتائج دراسة Erinoss and Rahmawati (٢٠١٧) أن هناك علاقة ايجابية بين رأس المال الفكري الأخضر وبين تحسين الأداء المالي للشركات. وقد أبرزت نتائج دراسة Yadiati et al (٢٠١٩) أن أبعاد رأس المال الفكري الأخضر لها تأثير إيجابي علي أداء الشركة، فيما أبرزت نتائج دراسة Tefera and Hunsaker (٢٠٢٠) أن أبعاد رأس المال الفكري الأخضر المتمثلة في راس المال البشري الأخضر ورأس المال الهيكلي الأخضر ورأس المال الاجتماعي الأخضر تؤدي إلي تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية، بينما أوضحت نتائج دراسة Yusoff et al (٢٠١٩) أن رأس المال الهيكلي الأخضر ورأس المال الاجتماعي الأخضر لهما علاقة ارتباط بالميزة التنافسية الخضراء.

وقد قام Chen بتصنيف أبعاد رأس المال الفكري الأخضر إلي ثلاثة أبعاد أساسية مترابطة؛ هي: رأس المال البشري الأخضر ورأس المال الهيكلي الأخضر ورأس المال الاجتماعي الأخضر، وقد حظيت هذه الأبعاد باهتمام كثير من العلماء والباحثين في دراساتهم (Chen, 2008 ; Chang and Chen, 2012 ; Jirakraisiri ; Yusliza et al., 2020 ; Yong et al., 2019 Haldorai ; Kusi-Sarpong et al., 2021 ; et al., 2021 (et al., 2022).

١. رأس المال البشري الأخضر:

يمثل رأس المال البشري الأخضر العنصر الأساسي والبعد الأبرز من أبعاد رأس المال الفكري الأخضر (Mansoor et al., 2020).

ويُعرف Jirakraisiri et al. (٢٠٢١) رأس المال الفكري الأخضر علي أنه مجموع مواقف الموظفين، ومعارفهم، ومهاراتهم، وقدراتهم، وخبراتهم، واتجاهاتهم، وإبداعهم، وابتكارهم والتزامهم فيما يتعلق بحماية البيئة والحفاظ عليها وخلق ابتكار صديق للبيئة، كما عرّفه (Ali et al., 2021) بأنه أحد أنواع رأس المال البشري المرتبط بالبيئة والذي يُفسّر بأنه استخدام أصول الموظفين من حيث المعرفة والخبرة والمهارات والقدرات تجاه خلق بيئة مستدامة والوصول إلي تحقيق الأهداف المرجوة. وفي ظل التنافسية الشديدة، يعد رأس المال الفكري الأخضر مورداً استراتيجياً مهماً للشركات التي ترغب في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة (Jiang et al., 2019) ، كما أنه يساعد علي تحقيق النجاح والتميز، بجانب تحسين أداء الشركة (Ali et al., 2021) ، وتعزيز الابتكار الأخضر (Song et al., 2020).

كما يسهم رأس المال الفكري الأخضر في زيادة رضا الموظفين (Allameh, 2018) ، وزيادة إنتاجيتهم (Yusoff et al., 2019) ، الأمر الذي يؤدي إلى خلق قيمة للشركة وتلبية المتطلبات البيئية العالية لعملائها (Mansoor et al., 2020). ويرتبط رأس المال البشري الأخضر بالعاملين، لذا فإن الشركات تفقده عند مغادرة العاملين للشركة (Chang and Chen, 2012)، ويشير Yong et al. (٢٠١٩) أن الشركات التي تستثمر في رأس مالها البشري فإنها سوف تحقق أداءً مستداماً أفضل من المنافسين.

٢. رأس المال الهيكلي الأخضر

يعد رأس المال الهيكلي الأخضر هو البُعد الداعم والمساند لرأس المال البشري في أداء الأعمال داخل الشركة (عبدالله والجبوري، ٢٠١٧). ويشير رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الأصول التنظيمية التي تُظهر اهتماماً بشأن حماية البيئة أو تعزيز الابتكار الأخضر داخل الشركة، وتلك الأصول هي استراتيجيات تتعلق

بالالتزام التنظيمي، والقدرات التنظيمية، وأنظمة الحوافز، والثقافة التنظيمية، ونظم إدارة المعرفة، والعلامة التجارية للشركة (Yusliza et al., 2020)، كما عرّفه Haldorai et al. (٢٠٢٢) بأنه أصول الشركة وممتلكاتها مثل تكنولوجيا المعلومات، وفلسفة الإدارة، والثقافة التنظيمية، والعلامة التجارية المتعلقة بحماية البيئة والتي يمكن أن تطور صورة وسمعة المنظمة. وتلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً مهماً في تطوير رأس المال الهيكلي الأخضر (Yusliza et al., 2020).

ويري Yusoff et al. (٢٠١٩) أن الشركات التي تتمتع برأس مال هيكلي قوي سيكون لديها بيئة قوية وداعمة تحفز موظفيها علي تعلم معارف جديدة وتطبيق مبادئ الاستدامة. ويساعد رأس المال الهيكلي الأخضر علي تشجيع الابتكار واستدامته (Desa and Jia, 2020)، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للشركة (Beltamino et al., 2020).

٣. رأس المال الاجتماعي الأخضر

يعد رأس المال الاجتماعي الأخضر من الأبعاد المهمة التي تساعد الشركات علي النجاح في تحقيق أهدافها، حيث إنه يمنح الشركات أداءً مبتكراً عن باقي منافسيها (Wu et al.; Onofrei et al., 2020). وقد عرّف Ali et al. (٢٠٢١) رأس المال الاجتماعي الأخضر بأنه التزام وتعاون الشركة مع العملاء والموردين والتجار من أجل مشاركة وتبادل المعلومات بشأن تحقيق الاستدامة البيئية وحماية البيئة، كما عرّفه Haldorai et al. (٢٠٢٢) بأنه علاقة تفاعلية للشركة مع عملائها ومورديها وشركائها من أجل الإدارة البيئية والابتكار الأخضر والحصول علي ميزة تنافسية مستدامة. ويتطلب رأس المال الاجتماعي الأخضر الحفاظ علي علاقات جيدة ومستدامة مع الافراد والجماعات والمنظمات حتى تتمكن من المنافسة والازدهار

والحصول على ميزة تنافسية مستدامة (Matinaro et al., 2019)، وذلك لأن المؤسسات بدأت تركز على العملاء بدلاً من التركيز على المنتجات (Tonial et al., 2019). ويرى Haldorai et al. (٢٠٢٢) أن الشركات التي اعتمدت ممارسات أبعاد رأس المال الفكري السابقة استطاعت تحقيق نتائج بيئية ايجابية، وكانت قادرة على تعظيم أنشطتها الموجهة نحو الاستدامة وتحسين الأداء.

الميزة التنافسية المستدامة

تمثل الميزة التنافسية المستدامة أحد أبرز التوجهات الاستراتيجية التي تسعى كافة الشركات إلى تحقيقها والمحافظة عليها من أجل ضمان البقاء والاستمرارية والتميز (عثمان وآخرون، ٢٠١٩). وفي ظل اشتداد المنافسة بين الشركات نتيجة التطورات والتغيرات السريعة في بيئة العمل، أصبحت الميزة التنافسية المستدامة أمراً ضرورياً يمكن الشركات من تحقيق أهدافها المطلوبة والتفوق على المنافسين، كما يساعد على زيادة رضا العملاء (عثمان وآخرون، ٢٠١٩؛ محمد، ٢٠١٩). وبرز مفهوم الميزة التنافسية المستدامة لأول مرة بواسطة **George Day** وذلك عام ١٩٨٤ عندما اقترح مجموعة من الاستراتيجيات التي تساعد الشركات على البقاء والتطور واستدامة ميزتها التنافسية (السبعوي، ٢٠١٩)، ثم تطور هذا المفهوم عام ١٩٨٥ من خلال **Porter** عندما ناقش الاستراتيجيات التنافسية الأساسية التي يمكن أن تمتلكها الشركات لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة وهي استراتيجية قيادة التكاليف، واستراتيجية التمييز، واستراتيجية التركيز (فلاق وآخرون، ٢٠١٩)، وقد تم ربط هذه الاستراتيجيات بالبيئة المحيطة من أجل توفير منتجات وخدمات تتوافق مع رغبات العملاء وقدراتهم وتحقق قيمة مضافة لهم (محمد، ٢٠١٦).

ولقد اختلفت آراء الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم للميزة التنافسية المستدامة، ويرجع ذلك إلى اختلاف المداخل التي ينظر كل منهم إليها (قمري، ٢٠٢١). ويرى بن حليم والاسطي (٢٠٢١) أن الميزة التنافسية المستدامة هي قدرة الشركات علي تبني وتطبيق استراتيجيات مبتكرة وفعالة تحقق لها التميز والتفوق علي المنافسين لأطول فترة ممكنة، عن طريق الاستفادة المثلى من الكفاءات والقدرات والمهارات المعرفية والموارد البشرية التي تتمتع بها تلك الشركات، وقد عرف الحمادي وسعيد (٢٠٢١) الميزة التنافسية المستدامة بأنها ما تمتلكه الشركات من سمات وخصائص ومميزات تنفرد بها عن المنافسين الحاليين والمحتملين، وتحقق بها لفترة طويلة الأجل، مما يساعدها علي تحقيق الأداء المتفوق والمنفعة، والتفوق علي المنافسين فيما تقدمه من منتجات وخدمات لعملائها. كما ذكرت يوسف (٢٠٢١) أن الميزة التنافسية المستدامة يمكن تعريفها بأنها الجهود التي تقوم بها الشركة من أجل الاستفادة من مواردها بطريقة ذكية وفعالة من أجل خلق قيمة مستمرة لعملائها، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية، وما يترتب علي ذلك من أداء مالي متميز ونمو واستقرار وابتكار، بينما أضاف الحاجم والسلمان (٢٠٢١) أنها الطريقة او الكيفية التي تستطيع من خلالها الشركات بناء قيمة تحقق لها الإبداع وتضمن لها الأداء العالي المتميز الذي يمكنها من المنافسة والتفوق علي المنافسين. ولقد لخص رمضان ومقيح (٢٠٢١) الميزة التنافسية المستدامة بأنها التفوق التنافسي للشركة من خلال خلق نظام يتسم بمميزات فريدة غير موجودة لدي المنافسين، ويتجلى في خدمة العملاء بطريقة متميزة ومستدامة، والقدرة علي توفير المنتجات والخدمات بالجودة العالية والسعر المناسب وفي الوقت المناسب.

وتستمد الميزة التنافسية المستدامة أهميتها من كونها إحدى الاستراتيجيات الفعالة والبارزة التي تتبناها الشركات التي تسعى

نحو تحقيق الريادة والتميز (أبو شريعة وآخرون، ٢٠٢١)، بالإضافة إلى زيادة حدة التنافس والذي يفرض علي الشركات ضرورة تمييز نفسها عن المنافسين، مما يؤدي إلى تحقيق رضاهم (عبد الحميد، ٢٠١٨). وتتلخص أهمية الميزة التنافسية المستدامة في النقاط الآتية:

١. تمنح الميزة التنافسية المستدامة الشركات تفوق وأفضلية عن باقي المنافسين، وبالتالي تساعد علي تحقيق نتائج أداء عالية لإرضاء العملاء (ساطوح، ٢٠١٦).

٢. تساعد علي حصول الشركة علي حصة سوقية أكبر من السائحين مقارنة بمنافسيها، بجانب تمتعها بمكانة مميزة تضمن لها البقاء والاستمرار (أبو معيلق، ٢٠٢١).

٣. زيادة معدلات الأرباح والمبيعات (الرميدي، ٢٠١٨؛ العيساوي والمالكي، ٢٠١٨).

٤. تساعد الميزة التنافسية المستدامة علي خلق قيمة أفضل للعملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم، وتضمن ولائهم، مما يدعم سمعة الشركة في أذهان عملائها (محمود، ٢٠١٧؛ صالح والداودي، ٢٠٢٠).

٥. تمثل مؤشراً دقيقاً وأداة فعالة لمدى نجاح الشركات مقارنة بالمنافسين (علي، ٢٠٢٠؛ فهيم، ٢٠٢٠).

٦. تسهم في زيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وزيادة ارتباطهم بالشركة، بجانب جذب عملاء جدد (عباس، ٢٠١٩).

٧. تتيح الميزة التنافسية المستدامة للشركات دخول مجالات تنافسية جديدة سواء أكانت دخول أسواق جديدة أم التعامل مع شرائح جديدة من العملاء (عرقوب، ٢٠١٩).

ويري العيساوي والمالكي (٢٠١٨) وعلوان (٢٠٢١) أن تحقيق الشركات للميزة التنافسية المستدامة يستند علي امتلاكها للكفاءات والموارد البشرية ذات الكفاءة العالية، بجانب قدرتها علي تصميم

استراتيجيات ذكية وفعالة أفضل من المنافسين تمكنها من تحقيق أهدافها بفاعلية، بجانب تعزيز الابتكار والإبداع في المنتجات والخدمات. وقد أشار كلاً من يوسف (٢٠٢١) و al., Tyan et (٢٠٢١) أن الميزة التنافسية المستدامة في المجال السياحي يمكن تحقيقها من خلال الاعتماد علي التقنيات التكنولوجية التي ينتج عنها كثير من المنافع والفوائد للسائحين ولشركات السياحة مثل انخفاض تكلفة تقديم الخدمات السياحية، والقدرة علي حل المشاكل التي تواجه السائحين بسهولة ويسر، بجانب تحسين جودة اتخاذ القرارات نتيجة جودة المعلومات.

ولكي تتمكن الشركات من تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، فقد تم الاعتماد علي الأبعاد التي حددها نموذج Hill and Jones والتي تتمثل في الكفاءة المتفوقة، والجودة المتفوقة، والإبداع المتفوق، وأخيراً الاستجابة المتفوقة لحاجات العميل (أبو زعيتر، ٢٠٢٠؛ Hill and Jones, 2011). وتتناسب هذه الأبعاد مع مجتمع الدراسة لأنها تدل علي الاستدامة والاستمرارية، حيث إنها تركز علي تلبية متطلبات العملاء ورغباتهم عن طريق الالتزام بالجودة والإبداع وسرعة الاستجابة، وهذا ما تحتاجه شركات السياحة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (عايض وأبو هادي، ٢٠١٩). وفيما يأتي عرض لهذه الأبعاد:

١. **الكفاءة المتفوقة:** يتوقف امتلاك الشركات لميزة تنافسية مستدامة علي مدي كفاءتها في إنتاج المخرجات المطلوبة (السلع والخدمات) باستخدام أقل المدخلات (رأس المال، الموظفين، المعرفة) (عايض وأبو هادي، ٢٠١٩). وتعرف الكفاءة المتفوقة بأنها الاستخدام الكفاء والفعال لموارد الشركة في توفير أفضل المخرجات عن طريق رفع مستوي كفاءة العاملين وتدريبهم، بهدف زيادة إنتاجيتهم، الأمر الذي ينعكس علي زيادة قيمة المخرجات وتخفيض تكلفة إنتاجها، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة

للشركة (رشاد وحبابة، ٢٠١٧). وتُقاس كفاءة الشركة من خلال انخفاض مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة (علوان، ٢٠٢١)، وتعد إنتاجية الفرد المصدر الأكبر في تعزيز كفاءة الشركة مقارنة بالمنافسين (الحمادي وسعيد، ٢٠٢١).

٢. الجودة المتفوقة: تعد الجودة المتفوقة من أبرز أبعاد الميزة التنافسية المستدامة التي تساعد الشركات علي البقاء والاستمرار والتميز في ضوء التحديات والتطورات المختلفة في بيئة العمل (محمد، ٢٠١٧؛ نصر، ٢٠٢٠)، كما تعد من الركائز المهمة لنجاح الشركات في تحقيق أهدافها بفاعلية كبيرة (الفرجاني وآخرون، ٢٠١٨). وتُشير الجودة إلي قدرة الشركات علي التحسين المستمر وتوفير منتجات وخدمات متميزة تلبي حاجات العملاء ورغباتهم الأمر الذي يساعد علي تحقيق رضاهم، ومن ثم إسعادهم وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للشركة (قمري، ٢٠٢١). وينبغي علي المؤسسات السياحية ولا سيما شركات السياحة تنمية موقفها التنافسي عن طريق تبني نظام يضمن استمرار جودة المنتجات والخدمات المقدمة للسائحين، بما يضمن رضاهم ويعزز ولائهم (أباطة وخليل، ٢٠١٩).

٣. الإبداع المتفوق: يُقصد بالإبداع المتفوق قدرة الشركات علي تطبيق تكنولوجيا حديثة وفتح أسواق جديدة، واستحداث منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة وغير مستخدمة من قبل المنافسين (محمود، ٢٠٢٠). ويعد الإبداع من أهم الأبعاد التي تسهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (عايض والبشاري، ٢٠٢٠)، وذلك بسبب قدرته العالية علي استكشاف الفرص المتاحة في البيئة الخارجية ومن ثم العمل علي سرعة الاستجابة لها (توفيق وموسي، ٢٠١٧)، كما يسهم الإبداع في نجاح الشركات والمحافظة علي مكانتها في مقدمة المنافسين (عايض وأبو هادي، ٢٠١٩)، وذلك

بسبب ارتفاع حدة المنافسة والتغير السريع في أذواق العملاء والذي يولد الحاجة الي منتجات وخدمات جديدة (محاريق، ٢٠١٧).
٤. **الاستجابة المتفوقة لحاجات العميل:** إن الحصول علي العملاء وكسب رضاهم والحفاظ علي ولائهم للشركة يعد من أبرز متطلبات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (عايض وأبو هادي، ٢٠١٩). ولكي تتمكن الشركات من تحقيق الاستجابة المتفوقة لحاجات العملاء ينبغي عليها أداء مهامها بطريقة أفضل من المنافسين، بجانب تلبية احتياجات ورغبات العملاء من حيث الجودة والوقت والاستجابة السريعة للتغيرات في أذواقهم ومتطلباتهم (طهار وفلاق، ٢٠١٨).

الدراسة الميدانية

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي لوصف موضوع الدراسة وصفاً شاملاً ودقيقاً من خلال جمع البيانات وتحليلها حول رأس المال الفكري الأخضر ومكوناته الثلاثة المتمثلة في رأس المال البشري الأخضر ورأس المال الهيكلية الأخضر ورأس المال الاجتماعي الأخضر، وكذلك الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها الأربعة المتمثلة في الجودة المتفوقة، والكفاءة المتفوقة، والإبداع المتفوق، والاستجابة المتفوقة لحاجات العميل. كما اعتمدت الدراسة علي إجراء الدراسة الميدانية علي عينة من مجتمع الدراسة للوصول إلي نتائج قابلة للتعميم، والاستفادة منها.

أداة الدراسة

تم تقسيم أداة الدراسة إلي ثلاثة محاور علي النحو الآتي:

- **المحور الأول:** يتناول البيانات الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة، وتشمل النوع، والسن، والمؤهل، والوظيفة، وعدد سنوات الخبرة.
- **المحور الثاني:** يتناول تقييم مستوي رأس المال الفكري الأخضر بشركات السياحة المصرية. يتضمن هذا المحور ١٨ عبارة تم إعدادها من خلال دراسة Chen (٢٠٠٨) و Haldorai et al., (٢٠٢٢)، و Nisar et al., (2021) وتم تقسيمها إلى ثلاثة أبعاد هي: رأس المال البشري الأخضر (٥ عبارات)، ورأس المال الهيكلي الأخضر (٨ عبارات)، ورأس المال الاجتماعي الأخضر (٥ عبارات).
- **المحور الثالث:** يتناول تقييم درجة استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية. يشتمل هذا المحور علي ٣٠ عبارة تم إعدادها بالاعتماد علي دراسة علي (٢٠١٣) والدوري وبوسالم (٢٠١١)، وتم تقسيمها إلى أربعة أبعاد رئيسية هي الجودة المتفوقة (٩ عبارات)، والكفاءة المتفوقة (٦ عبارات)، والإبداع المتفوق (٥ عبارات)، والاستجابة المتفوقة (٥ عبارات). وقد تم تصميم الاستمارة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي الذي يعتمد علي وجود خمس درجات ما بين الموافقة وعدم الموافقة (٥ = موافق تماماً، ٤ = موافق، ٣ = محايد، ٢ = غير موافق، ١ = غير موافق مطلقاً).

مجتمع الدراسة وحجم العينة

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين بشركات السياحة المصرية فئة "أ" في القاهرة الكبرى، والتي يبلغ عددها ١٦٩٣ شركة وفقاً لـ Ministry of Tourism and Antiquities (٢٠٢١). تم توزيع ٥٤٤ استمارة علي عينة عشوائية من العاملين في تلك الشركات خلال شهر الفترة من أغسطس ٢٠٢١ وحتى أكتوبر ٢٠٢١، وتم استرجاع ٤٧٣ استمارة، ووجد أن هناك ٤١٨ استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، ووجد أن هناك ٥٥ استمارة غير صالحة للتحليل لنقص إجابات بعض الأسئلة. وبلغت نسبة الاستجابة ٨٦.٩%.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحليل بيانات الدراسة واختبار الفروض، قام الباحثان باستخدام برنامجي SPSS V. 25، AMOS V.24. وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- ١- اختبار معامل الثبات والاعتمادية: وتم استخدامه لقياس مدي ثبات أداة الدراسة. وتم استخدام برنامج SPSS V.25 في إجراء هذا الاختبار.
- ٢- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري: وذلك لوصف خصائص العينة، وتحديد استجابات أفراد العينة تجاه جميع محاور أداة الدراسة. وتم استخدام برنامج SPSS V.25 لإجراء ذلك التحليل.
- ٣- معامل الارتباط: لتحديد قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة. وتم استخدام برنامج SPSS V.25 لإجراء ذلك التحليل.

وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمستويات الموافقة وعدم الموافقة لمقياس ليكرت ما يأتي:

- غير موافق إطلاقاً (١ : ١.٧٩).

- غير موافق (١.٨٠ : ٢.٥٩).

- محايد (٢.٦٠ : ٣.٣٩).

- موافق (٣.٤٠ : ٤.١٩).

- موافق تماماً (٤.٢٠ : ٥).

٤- أسلوب تحليل المسار: لتحديد أثر المتغيرات المستقلة علي المتغيرات التابعة. وقد تم استخدام برنامج AMOS V. 24 في تحليل المسار. يُستخدم تحليل المسار لنفس الأغراض التي تُستخدم لها تحليل الانحدار المتعدد، ويعد تحليل المسار هو امتداد لتحليل الانحدار المتعدد، ولكن تحليل المسار أكثر فاعلية (القهوجي وأبو عواد، ٢٠١٨).

تحليل نتائج الدراسة

أولاً: اختبار الثبات والاتساق الداخلي "ألفا كرونباخ" تم إجراء اختبار الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) على البيانات النهائية وذلك للتأكد من الاعتماد على نتائج هذه الدراسة وتعميمها على المجتمع الكلي والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (١) قيمة معامل اختبار الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ)

عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ	المتغيرات
١٨	٠.٧٩١	رأس المال الفكري الأخضر
٥	٠.٧٣٦	رأس المال البشري الأخضر
٨	٠.٨٠٤	رأس المال الهيكلي الأخضر
٥	٠.٨٦٧	رأس المال الاجتماعي الأخضر
٣٠	٠.٨٠٠	الميزة التنافسية المستدامة
٩	٠.٧٩٥	الجودة المتفوقة
٦	٠.٧٣٦	الكفاءة المتفوقة
٥	٠.٨١٣	الإبداع المتفوق
٥	٠.٧٧٤	الاستجابة المتفوقة

يوضح جدول رقم (١) أن معامل الثبات لمتغير رأس المال الفكري الأخضر بلغ (٠.٧٩١)، وبلغت قيمته لكل بعد من أبعاد رأس المال الفكري الأخضر: رأس المال البشري الأخضر (٠.٧٣٦)، ورأس المال الهيكلي الأخضر (٠.٨٠٤)، ورأس المال الاجتماعي الأخضر (٠.٨٦٧). كما بلغت قيمة معامل الثبات لمتغير الميزة التنافسية المستدامة (٠.٨٠٠)، وبلغت قيمته لكل بعد من أبعاد الميزة التنافسية المستدامة: الجودة المتفوقة (٠.٧٩٥)، والكفاءة المتفوقة (٠.٧٣٦)، والإبداع المتفوق (٠.٨١٣)، والاستجابة المتفوقة (٠.٧٧٤). كل هذه القيم أكبر من القيمة المثلي والمقدرة بـ ٧٠%، مما يدل علي دلالتها المرتفعة والمناسبة لأغراض البحث، بحيث يمكن الاعتماد عليها لقياس ما أعدت لأجله، كما يمكن من خلالها الاعتماد علي نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج.

التحليل الوصفي للبيانات الديموجرافية والوظيفية

جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للبيانات الديموجرافية والوظيفية

المتغيرات الديموجرافية والوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	٢٨٩
	أنثي	١٢٩
السن	أقل من ٢٥ سنة	٣٣
	من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة	١٠٣
	من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة	١٣٣
	من ٤٥ إلي أقل من ٥٥ سنة	٩٧
		٢٣.٢%

سنة			
٥٥ سنة فأكثر	٥٢	١٢.٤%	
مؤهل متوسط	٧٤	١٧.٧%	المؤهل
بكالوريوس	٣٢٣	٧٧.٣%	
دراسات عليا	٢١	٥%	
مدير	٩	٢.٢%	
رئيس قسم	٤٤	١٠.٥%	الوظيفة
موظف بقسم الطيران	١٢٣	٢٩.٥%	
موظف بقسم السياحة	٩٣	٢٢.٢%	
موظف بقسم السياحة الدينية	٧٧	١٨.٥%	
موظف بقسم الموارد البشرية	١٦	٣.٨%	
موظف بقسم التسويق والمبيعات	٢٩	٦.٩%	
موظف بقسم التعاقدات	١١	٢.٦%	
موظف بقسم ضمان الجودة	٥	١.٢%	
موظف بقسم النقل السياحي	١١	٢.٦%	
أقل من ٣ سنوات	٨٢	١٩.٦%	
من ٣ إلى ٥ سنوات	٨٦	٢٠.٦%	
من ٦ إلى ٨ سنوات	٩١	٢١.٨%	

عدد سنوات الخبرة	عدد	النسبة (%)
من ٩ إلى ١١ سنة	٦٩	١٦.٥%
من ١٢ إلى ١٤ سنة	٧٦	١٨.٢%
١٥ سنة فأكثر	١٤	٣.٣%

يبين جدول رقم (٢) أن حوالي ثلثي العينة ذكور بواقع ٢٨٩ فرداً (٦٩.١%)، بينما بلغ عدد الإناث ١٢٩ (٣٠.٩%). فيما يتعلق بالسن؛ هناك ١٣٣ فرداً تتراوح أعمارهم ما بين ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة (٣١.٩%)، يليهم من تتراوح أعمارهم ما بين ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة بواقع ١٠٣ فرداً (٢٤.٦%)، ثم من تتراوح أعمارهم ما بين ٤٥ إلى أقل من ٥٥ سنة بواقع ٩٧ فرداً (٢٣.٢%)، ثم تبلغ أعمارهم ٥٥ سنة فأكثر بواقع ٥٢ فرداً (١٢.٤%)، وأخيراً من تقل أعمارهم عن ٢٥ سنة بواقع ٣٣ فرداً (٧.٩%). أما بالنسبة للمؤهل؛ تبرز النتائج أن أكثر من ثلثي العينة حاصلون علي مؤهل بكالوريوس بواقع ٣٢٣ فرداً وبنسبة ٧٧.٣%. فيما يتعلق بالوظيفة؛ كان الموظفين بقسم الطيران يمثلون الغالبية بين أفراد العينة بواقع ١٢٣ فرداً وبنسبة ٢٩.٥%، يليهم الموظفين بقسم السياحة بواقع ٩٣ وبنسبة ٢٢.٢%، ثم الموظفين بقسم السياحة الدينية بواقع ٧٧ فرد وبنسبة ١٨.٥%. وأخيراً؛ هناك ٢١.٨% من أفراد العينة تتراوح سنوات خبرتهم ما بين ٦ إلى ٨ سنوات بواقع ٩١ فرداً، يليهم من تتراوح سنوات خبرتهم ما بين ٣ إلى ٥ سنوات بواقع ٨٦ فرداً وبنسبة ٢٠.٦%، ثم من تقل سنوات خبرتهم عن ٣ سنوات بواقع ٨٢ فرداً وبنسبة ١٩.٦%، ثم من تتراوح سنوات خبرتهم ما بين ١٢ إلى ١٤ سنة بواقع ٧٦ فرداً وبنسبة ١٨.٢%، ثم من تتراوح سنوات خبرتهم ما بين ٩ إلى ١١ سنة بواقع ٦٩ فرداً وبنسبة ١٦.٥%، وأخيراً من تبلغ سنوات خبرتهم ١٥ سنة فأكثر بواقع ١٤ فرداً وبنسبة ٣.٣%.

التحليل الوصفي لمحاور الدراسة
جدول رقم (٣) التحليل الوصفي لمحاور الدراسة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
	٠.٩٢	٣.٦٠	رأس المال الفكري الأخضر
٢	١.٠٠	٣.٦٦	رأس المال البشري الأخضر
٣	١.١٧	٣.٤٤	رأس المال الهيكلي الأخضر
١	٠.٩٩	٣.٧١	رأس المال الاجتماعي الأخضر
	٠.٧١	٤.١٣	الميزة التنافسية المستدامة
٤	٠.٩٣	٤.٠٥	الجودة المتفوقة
٢	٠.٦٦	٤.١٩	الكفاءة المتفوقة
٣	٠.٨٧	٤.٠٧	الإبداع المتفوق
١	٠.٥٧	٤.٢٢	الاستجابة المتفوقة

يوضح جدول رقم (٣) أن هناك مستوي مرتفع نسبياً من رأس المال الفكري الأخضر في شركات السياحة فئة "أ"، حيث تبين النتائج أن المتوسط الحسابي لرأس المال الفكري الأخضر بلغ ٣.٦٠، وبلغ الانحراف المعياري ٠.٩٢. ومن النتائج يتبين أن بُعد (رأس المال الاجتماعي الأخضر) كانت الأعلى بمتوسط حسابي بلغ ٣.٧١، يليه بُعد (رأس المال البشري الأخضر) بمتوسط حسابي ٣.٦٦، وأخيراً جاء بُعد (رأس المال الهيكلي الأخضر) بمتوسط حسابي بلغ ٣.٤٤.

كما تُظهر النتائج بالجدول ارتفاع مستوي الميزة التنافسية المستدامة في شركات السياحة فئة "أ"، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٤.١٣، وبلغ الانحراف المعياري ٠.٧١. ويتبين من النتائج بالجدول أن بُعد (الاستجابة المتفوقة) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٤.٢٢، يليه بُعد (الكفاءة المتفوقة) بمتوسط حسابي ٤.١٩، ثم بُعد (الإبداع المتفوق) بمتوسط حسابي ٤.٠٧، وجاء أخيراً بُعد (الجودة المتفوقة) بمتوسط حسابي بلغ ٤.٠٥.

نتائج معامل الارتباط

جدول رقم (٤) قيم معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
رأس المال الفكري الأخضر									
رأس المال البشري الأخضر	٠.٧٣٣**								
رأس المال الهيكلي الأخضر	٠.٦٩١**	٠.٦٩٩**							

					١	**٠.٦٣٢	**٠.٥٩١	**٠.٧٠١	رأس المال الاجتماعي الأخضر				
الميزة التنافسية المستدامة													
					١	**٠.٦٥٨	**٠.٦٤٤	**٠.٧١٨	**٠.٧٢٥				
					١	**٠.٥٩٣	**٠.٦٤٧	**٠.٦١٧	**٠.٦٩١	**٠.٧١٤			
الجودة المتفوقة													
					١	**٠.٥٣٧	**٠.٦٩٧	**٠.٦٩٣	**٠.٦١٢	**٠.٦٥٨	**٠.٧٠٩		
الكفاءة المتفوقة													
					١	**٠.٧٠١	**٠.٧١١	**٠.٧٠٠	**٠.٦٤١	**٠.٦٤٠	**٠.٧٥٢	**٠.٦٨٩	
الإبداع المتفوق													
					١	**٠.٧٢٢	**٠.٦٨٩	**٠.٦٢٨	**٠.٦٠٧	**٠.٦٨١	**٠.٦٨٢	**٠.٧١١	**٠.٧٠٠
الاستجابة المتفوقة													

يوضح جدول رقم (٤) أن هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية بين رأس المال الفكري الأخضر وأبعاده الثلاثة والميزة التنافسية المستدامة وأبعاده الأربعة. وبشيء من التفاصيل؛ يبين الجدول النتائج التالية:

- كانت العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر والميزة التنافسية قوية، حيث بلغت قيمة الارتباط ٠.٧٢٥. وبالنسبة للعلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة؛ كانت العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر والجودة المتفوقة هي الأقوى (معامل الارتباط = ٠.٧١٤ - ارتباط قوي)، يليها العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر والكفاءة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٧٠٩ - ارتباط قوي)، يليها العلاقة بين رأس المال

الفكري الأخضر والاستجابة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٧٠٠ - ارتباط قوي)، وأخيراً العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر والإبداع المتفوق (معامل الارتباط = ٠.٦٨٩ - ارتباط متوسط).

- كانت العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والميزة التنافسية المستدامة قوية، حيث بلغت قيمة الارتباط ٠.٧١٨. وفيما يتعلق بالعلاقة بين رأس المال البشري الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة؛ كانت العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والإبداع المتفوق الأقوى (معامل الارتباط = ٠.٧٥٢ - ارتباط قوي)، يليها العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والاستجابة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٧١١ - ارتباط قوي)، ثم العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والجودة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦٩١ - ارتباط متوسط)، وأخيراً العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والكفاءة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦٥٨ - ارتباط متوسط).

- كانت العلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والميزة التنافسية المستدامة متوسطة، حيث بلغت قيمة الارتباط ٠.٦٤٤. وفيما يتعلق بالعلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة؛ كانت العلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والاستجابة المتفوقة الأقوى (معامل الارتباط = ٠.٦٨٢ - ارتباط متوسط)، يليها العلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والإبداع

المتفوق (معامل الارتباط = ٠.٦٤٠ - ارتباط متوسط)، ثم العلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والجودة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦١٧ - ارتباط متوسط)، وأخيراً العلاقة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والكفاءة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦١٢ - ارتباط متوسط).

- كانت العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والميزة التنافسية المستدامة متوسطة، حيث بلغت قيمة الارتباط ٠.٦٥٨. وفيما يتعلق بالعلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة؛ كانت العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والكفاءة المتفوقة الأقوى (معامل الارتباط = ٠.٦٩٣ - ارتباط متوسط)، يليها العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والاستجابة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦٨١ - ارتباط متوسط)، ثم العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والجودة المتفوقة (معامل الارتباط = ٠.٦٤٧ - ارتباط متوسط)، وأخيراً العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والإبداع المتفوق (معامل الارتباط = ٠.٦٤١ - ارتباط متوسط).

نتائج تحليل المسار

أولاً: أثر رأس المال الفكري الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

جدول رقم (٥) تحليل المسار لأثر رأس المال الفكري علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

المتغيرات	معاملات المسار المعيارية	الخطأ المعياري S.E	قيمة ت C.R	مستوي الدلالة P Value	النتيجة
رأس المال الفكري الأخضر <--- الميزة التنافسية المستدامة	٠.٧١٤	٠.١١٢	٦.٣٧٥	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الفكري الأخضر <--- الجودة المتفوقة	٠.٦٥٢	٠.١٢٤	٥.٢٥٨	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الفكري الأخضر <--- الكفاءة المتفوقة	٠.٦٣٨	٠.١١٠	٥.٨٠٠	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الفكري الأخضر <--- الإبداع المتفوق	٠.٦١١	٠.٠٨٩	٦.٨٦٥	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الفكري الأخضر <--- الاستجابة المتفوقة	٠.٦٢٥	٠.١٣٢	٤.٧٣٥	٠.٠٠٠٠	دعمت

يوضح جدول رقم (٥) النتائج التالية لتحليل المسار لأثر رأس المال الفكري الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها:

- بالنسبة لأثر رأس المال الفكري الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الفكري الأخضر إلي الميزة التنافسية المستدامة

٠.٧١٤، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٧١.٤% على تعزيز استدامة الميزة التنافسية لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١١٢. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٦.٣٧٥.

- بالنسبة لأثر رأس المال الفكري الأخضر علي الجودة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الفكري الأخضر إلي الجودة المتفوقة ٠.٦٥٢، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦٥.٢% على تعزيز الجودة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٢٤. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٢٥٨.

- بالنسبة لأثر رأس المال الفكري الأخضر علي الكفاءة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الفكري الأخضر إلي الكفاءة المتفوقة ٠.٦٣٨، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦٣.٨% على تعزيز الكفاءة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١١٠. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٨٠٠.

- بالنسبة لأثر رأس المال الفكري الأخضر علي الإبداع المتفوق؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الفكري الأخضر إلي الإبداع المتفوق ٠.٦١١، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال

الفكري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦١.١% على تعزيز الإبداع المتفوق لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٨٩. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٦.٨٦٥.

- بالنسبة لأثر رأس المال الفكري الأخضر على الاستجابة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الفكري الأخضر إلى الاستجابة المتفوقة ٠.٦٢٥، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الفكري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦٢.٥% على تعزيز الاستجابة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٣٢. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٤.٧٣٥.

ثانياً: أثر رأس المال البشري الأخضر على الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

جدول رقم (٦) تحليل المسار لأثر رأس المال البشري على الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

المتغيرات	معاملات المسار المعيارية	الخطأ المعياري	قيمة ت	مستوي الدلالة	النتيجة
	S.E	C.R	P Value		
رأس المال البشري الأخضر <---	٠.٦٨٩	٠.١٢٤	٥.٥٥٦	٠.٠٠٠	دعمت
الميزة التنافسية المستدامة					
رأس المال البشري الأخضر <---	٠.٥٩٧	٠.١١٨	٥.٠٥٩	٠.٠٠٠	دعمت

الجودة المتفوقة					
دعمت	٠.٠٠٠	٤.٣٨٥	٠.١٣٠	٠.٥٧٠	رأس المال البشري الأخضر <--- الكفاءة المتفوقة
دعمت	٠.٠٠٠	٥.١٨٨	٠.١٤٤	٠.٧٤٧	رأس المال البشري الأخضر <--- الإبداع المتفوق
دعمت	٠.٠٠٠٠	٥.٥٧١	٠.١١٩	٠.٦٦٣	رأس المال البشري الأخضر <--- الاستجابة المتفوقة

يوضح جدول رقم (٦) النتائج التالية لتحليل المسار لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها:

- بالنسبة لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال البشري الأخضر إلي الميزة التنافسية المستدامة ٠.٦٨٩، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال البشري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦٨.٩% علي تعزيز استدامة الميزة التنافسية لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٢٤. كما بلغت قيمته المحسوبة ٥.٥٥٦.

- بالنسبة لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الجودة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال البشري الأخضر إلي الجودة المتفوقة ٠.٥٩٧، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال

- البشري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٩.٧% علي تعزيز الجودة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١١٨. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٠٥٩.
- بالنسبة لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الكفاءة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال البشري الأخضر إلي الكفاءة المتفوقة ٠.٥٧٠، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال البشري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٧% علي تعزيز الكفاءة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٣٠. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٤.٣٨٥.
- بالنسبة لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الإبداع المتفوق؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال البشري الأخضر إلي الإبداع المتفوق ٠.٧٤٧، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال البشري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٧٤.٧% علي تعزيز الإبداع المتفوق لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٤٤. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.١٨٨.
- بالنسبة لأثر رأس المال البشري الأخضر علي الاستجابة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال البشري الأخضر إلي الاستجابة المتفوقة ٠.٦٦٣، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال البشري الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٦٦.٣% علي تعزيز الاستجابة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة

الخطأ المعياري ٠.١١٩. كما بلغت قيمة ت المحسوبة
٥.٥٧١

ثالثاً: أثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الميزة التنافسية
المستدامة وأبعادها
جدول رقم (٧) تحليل المسار لأثر رأس المال الهيكلي علي الميزة
التنافسية المستدامة وأبعادها

المتغيرات	معاملات المسار المعياري	الخطأ المعياري S.E	قيمة ت C.R	مستوي الدلالة P Value	النتيجة
رأس المال الهيكلي الأخضر الميزة التنافسية المستدامة	٠.٥٣٥	٠.٠٩٣	٥.٧٥٣	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الهيكلي الأخضر الجودة المتفوقة	٠.٤٩٧	٠.٠٦٧	٧.٤١٨	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الهيكلي الأخضر الكفاءة المتفوقة	٠.٤٥١	٠.٠٨٥	٥.٣٠٦	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الهيكلي الأخضر الإبداع المتفوق	٠.٥٢٤	٠.١٠٣	٥.٠٨٧	٠.٠٠٠	دعمت
رأس المال الهيكلي الأخضر الاستجابة المتفوقة	٠.٥٧١	٠.١٢١	٤.٧١٩	٠.٠٠٠٠	دعمت

يوضح جدول رقم (٧) النتائج التالية لتحليل المسار لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها:

- بالنسبة لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الميزة التنافسية المستدامة ٠.٥٣٥، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الهيكلي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٣.٥% علي تعزيز استدامة الميزة التنافسية لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٩٣. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٧٥٣.
- بالنسبة لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الجودة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الجودة المتفوقة ٠.٤٩٧، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الهيكلي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٤٩.٧% علي تعزيز الجودة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٦٧. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٧.٤١٨.
- بالنسبة لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الكفاءة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الكفاءة المتفوقة ٠.٤٥١، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الهيكلي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٤٥.١% علي تعزيز

- الكفاءة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٨٥. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٣٠٦.
- بالنسبة لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الإبداع المتفوق ؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الإبداع المتفوق ٠.٥٢٤، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الهيكلي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٢.٤% علي تعزيز الإبداع المتفوق لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٠٣. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٥.٠٨٧.
- بالنسبة لأثر رأس المال الهيكلي الأخضر علي الاستجابة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الهيكلي الأخضر إلي الاستجابة المتفوقة ٠.٥٧١، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الهيكلي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٧.١% علي تعزيز الاستجابة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٢١. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٤.٧١٩.

رابعاً: أثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

جدول رقم (٨) تحليل المسار لأثر رأس المال الاجتماعي علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها

النتيجة	مستوي الدلالة P Value	قيمة ت C.R	الخطأ المعياري S.E	معاملات المسار المعيارية	المتغيرات
دعمت	٠.٠٠٠٠	٤.٥٤٨	٠.١١٥	٠.٥٢٣	رأس المال الاجتماعي الأخضر الميزة التنافسية المستدامة <---
دعمت	٠.٠٠٠٠	٣.٩٢٦	٠.١٢١	٠.٤٧٥	رأس المال الاجتماعي الأخضر الجودة المتفوقة <---
دعمت	٠.٠٠٠٠	٨.١٠٣	٠.٠٦٨	٠.٥٥١	رأس المال الاجتماعي الأخضر الكفاءة المتفوقة <---
دعمت	٠.٠٠٠٠	٤.٤١٢	٠.٠٩٧	٠.٤٢٨	رأس المال الاجتماعي الأخضر الإبداع المتفوق <---
دعمت	٠.٠٠٠٠	٧.٣٤٦	٠.٠٧٨	٠.٥٧٣	رأس المال الاجتماعي الأخضر الاستجابة المتفوقة <---

يوضح جدول رقم (٨) النتائج التالية لتحليل المسار لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها:

- بالنسبة لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الميزة التنافسية المستدامة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الاجتماعي الأخضر إلي الميزة التنافسية المستدامة ٠.٥٢٣، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٢.٣% علي تعزيز استدامة الميزة التنافسية لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١١٥. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٤.٥٤٨.

- بالنسبة لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الجودة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الاجتماعي الأخضر إلي الجودة المتفوقة ٠.٤٧٥، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٤٧.٥% علي تعزيز الجودة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.١٢١. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٣.٩٢٦.

- بالنسبة لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الكفاءة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الاجتماعي الأخضر إلي الكفاءة المتفوقة ٠.٥٥١، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٥.١%

علي تعزيز الكفاءة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٦٨. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٨.١٠٣.

- بالنسبة لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الإبداع المتفوق؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الاجتماعي الأخضر إلي الإبداع المتفوق ٠.٤٢٨، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٤٢.٨% علي تعزيز الإبداع المتفوق لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٩٧. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٤.٤١٢.

- بالنسبة لأثر رأس المال الاجتماعي الأخضر علي الاستجابة المتفوقة؛ بلغت قيمة تحليل المسار المعيارية من رأس المال الاجتماعي الأخضر إلي الاستجابة المتفوقة ٠.٥٧٣، وهي ذات معنوية ($p \text{ value} < .05$)، وهذا يعني أن رأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثر إيجابياً بنسبة ٥٧.٣% علي تعزيز الاستجابة المتفوقة لشركات السياحة. وبلغت قيمة الخطأ المعياري ٠.٠٧٨. كما بلغت قيمة ت المحسوبة ٧.٣٤٦.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

- تمتلك شركات السياحة المصرية فئة "أ" رأس مال فكري أخضر بشكل مرتفع نسبياً، حيث تمتلك أبعاده الثلاثة

- المتتمثلة في رأس المال الاجتماعي الأخضر، ورأس المال البشري الأخضر، ورأس المال الهيكلي الأخضر.
- تمتلك شركات السياحة فئة "أ" ميزة تنافسية مستدامة بشكل واضح، حيث تتميز بالاستجابة المتفوقة، والكفاءة المتفوقة، والإبداع المتفوقة، والجودة المتفوقة.
- هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية قوية بين رأس المال الفكري الأخضر والميزة التنافسية في شركات السياحة. كما أن هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية بين رأس المال الفكري الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة، حيث كانت العلاقة بين رأس المال الفكري الأخضر والجودة المتفوقة هي الأقوى، يليها العلاقة مع الكفاءة المتفوقة، ثم العلاقة مع الاستجابة المتفوقة، وأخيراً العلاقة مع الإبداع المتفوق.
- هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية قوية بين رأس المال البشري الأخضر والميزة التنافسية المستدامة. وهناك أيضاً علاقة ارتباط معنوية وطردية بين رأس المال البشري الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة، حيث كانت العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والإبداع المتفوق الأقوى، ثم العلاقة مع الاستجابة المتفوقة، ثم العلاقة مع الجودة المتفوقة، وأخيراً العلاقة مع الكفاءة المتفوقة.
- هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية متوسطة بين رأس المال الهيكلي الأخضر والميزة التنافسية المستدامة. كما أن هناك علاقة ارتباط معنوية وطردية بين رأس المال

الهيكلية الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة، حيث كانت العلاقة بين رأس المال الهيكلية الأخضر والاستجابة المتفوقة الأقوى، يليها العلاقة مع الإبداع المتفوق، ثم العلاقة مع الجودة المتفوقة، وأخيراً العلاقة مع الكفاءة المتفوقة.

- هناك علاقة ارتباط معنوية وطرديّة متوسطة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والميزة التنافسية المستدامة. كذلك هناك علاقة ارتباط معنوية وطرديّة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة، حيث كانت العلاقة بين رأس المال الاجتماعي الأخضر والكفاءة المتفوقة الأقوى، يليها العلاقة مع الاستجابة المتفوقة، ثم العلاقة مع الجودة المتفوقة، وأخيراً العلاقة مع الإبداع المتفوقة.

- يؤثر رأس المال الفكري الأخضر معنوياً وإيجابياً على الميزة التنافسية المستدامة وأبعادها الأربعة في شركات السياحة المصرية فئة "أ". كما أن الأبعاد الثلاثة لرأس المال الفكري الأخضر المتمثلة في رأس المال البشري الأخضر، ورأس المال الهيكلية الأخضر، ورأس المال الاجتماعي الأخضر يؤثران بشكل معنوي وإيجابي على الميزة التنافسية المستدامة وكافة أبعادها في شركات السياحة المصرية فئة "أ".

ثانياً: التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يقترح الباحثان التوصيات الآتية:-

- ضرورة إيمان الإدارة العليا داخل شركات السياحة بأهمية رأس المال الفكري الأخضر لأنه يمثل ثروة كبيرة تسهم بشكل واضح في زيادة قيمة الشركة، بجانب قدرته علي خلق أفكار جديدة، واقتناص الفرص المتاحة في البيئة التنافسية.
- العمل علي توعية جميع العاملين بشركات السياحة بالدور المهم والفعال لرأس المال الفكري الأخضر في خلق بيئة عمل صديقة للبيئة، والتغلب علي المشاكل البيئية، مما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- زيادة الاهتمام بممارسات رأس المال الهيكلي الأخضر فيما يتعلق بنشر الثقافة التنظيمية وتوفير أنظمة وإجراءات عمل جيدة، ووضع نظام فعال للحوافز والمكافآت، وتوفير نظام معلومات وقواعد بيانات، لما لها من دور في تعزيز الابتكار واستدامته، مما يقود في النهاية إلي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للشركة.
- يجب علي شركات السياحة زيادة اهتمامها برأس المال الاجتماعي الأخضر عن طريق إقامة علاقات قوية مع العملاء تساعد علي تحقيق رضاهم وزيادة معدلات الاحتفاظ بهم.

- ينبغي علي شركات السياحة في ظل التنافسية الشديدة والتغيرات المتسارعة في بيئة العمل أن تتبنى أفكار واستراتيجيات تنافسية جديدة غير موجودة لدي المنافسين، بإضافة قيمة جديدة للمنتجات والخدمات من أجل توسيع دائرة المنافسة وصولاً إلي المزايا التنافسية واستدامتها.
- يجب أن تسعى شركات السياحة للاستجابة السريعة لرغبات العملاء واحتياجاتهم ومتطلباتهم عن طريق توفير منتجات وخدمات متميزة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أباطة، وليد ورشا، خليل (٢٠١٩) استراتيجية المحيط الأزرق في تسويق المنتج السياحي الثقافي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، ١٣(٢)، ٥٥٧-٥٧٤.
- أبو زعيتر، لينا (٢٠٢٠) متطلبات استدامة الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية وعلاقتها بممارسة عمداء الكليات للتخطيط الاستراتيجي، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، ٩(٤)، ٤١٦-٤٥٤.
- أبو شامة، فادية (٢٠١٥) دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية في مستشفيات جنوب الضفة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الخليل.

- أبو شريعة، عامر؛ الشنطي، محمود والمغني، معتز (٢٠٢١) وظيفة الاختيار كأحدي ممارسات إدارة الموارد البشرية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية علي الشركات المزودة لخدمة الانترنت في المحافظة الجنوبية، مجلة الاقتصاد والمالية، ٧(١)، ١-٢٢.
- أبو معيلق، صابرين (٢٠٢١) رأس المال الفكري وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة في المدرسة الثانوية دراسة تحليلية، مجلة البحوث والدراسات العربية، ٧٤، ٦٧-١٠٣.
- بريس، أحمد؛ البناء، زينب والدهان، جنان (٢٠١٩) رأس المال الفكري الأخضر وتأثيره في التوجه الريادي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في جامعة وارث الأنبياء، مجلة الإدارة والاقتصاد، ٨(٢٩)، ٧٠-٩٤.
- الحاجم، هاشم والسلمان، حسام (٢٠٢١) دور الانتاج المستدام في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال المتغير الوسيط القدرات الديناميكية، مجلة العلوم الاقتصادية، ١٦(٦١)، ١-٢٦.
- الحكيم، ليث وموسي، خنساء (٢٠١٨) السيميائية التنظيمية وتأثيرها في تنمية رأس المال الفكري الأخضر من خلال تعزيز القابليات المعرفية دراسة حالة في معمل أسمنت الكوفة الجديد، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، ١٥(٣)، ١٠٩-١٦٣.
- الحمادي، أمين وسعيد، فيصل (٢٠٢١) أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ٨(٤١)، ٣١-٦٨.

- الدوري، زكريا وبوسالم، أبو بكر (٢٠١١) رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، الجزائر، ١٣-١٤ ديسمبر.
- الرميدي، بسام (٢٠١٨) الهدم الخلاق كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في شركات السياحة المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، ٢(٢)، ١-١٩.
- السباعوي، اسراء (٢٠١٩) دور بعض أنشطة اللوجستيات العكسية في استدامة المزايا التنافسية دراسة استطلاعية في شركة الموصل للحديد والصلب، تنمية الرافدين، ٣٨(١٢٣)، ٢٧-٤٤.
- العيساوي، محمد والمالكي، هيلين (٢٠١٨) تأثير اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالاعتماد علي نتائج التحليل البيئي SWOT متغيرا تقاعليا: بحث تحليلي لأراء أعضاء مجالس إدارات المدارس الأهلية في محافظة البصرة، مجلة دراسات إدارية، ١٠(٢٠)، ٣٠٢-٣٣٢.
- الغامدي، عبدالرحيم والسبحان، فاطمه (٢٠٢٠) أثر الذكاء الاستراتيجي علي الميزة التنافسية المستدامة دراسة تطبيقية علي شركة الاتصالات السعودية STC في المملكة العربية السعودية، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة سوهاج، ٣٤(٢)، ٢٧٣-٣٠٢.
- الفرجاني، سلوي؛ الساعدي، نسمة ومحمود، أسمية (٢٠١٨) العلاقة والتأثير بين أبعاد المنظمة الريادية والميزة التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية على عدد

- من شركات الصناعات الغذائية الخاصة بمدينة بنغازي، مجلة العلوم والدراسات الانسانية بالمرج، ٥٢، ١-٢١.
- القهوجي، أيمن وأبو عواد، فريال (٢٠١٨) النمذجة بالمعادلات البنائية باستخدام برنامج أموس، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- بن حليم، علي والاسطي، عبد المولي (٢٠٢١) دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة رماح للبحوث والدراسات، ٦٠، ١٧١-١٨٦.
- توفيق، صلاح الدين ومرسي، شيرين (٢٠١٧) الجامعة الريادية ودورها في دعم وتحقيق المزايا التنافسية المستدامة: تصور مقترح، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، ٢٨(١٠٩)، ١-٧٠.
- رشاد، عبد الناصر وحبابة، أمل (٢٠١٧) تطوير الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بكليتي التربية بجامعة عين شمس والمجمعة دراسة مقارنة، مجلة الإدارة التربوية، ٤(١٦)، ١٥-١٤٤.
- رمضان، ايمان ومقيم، صبري (٢٠٢١) الدور الوسيط للابتكار الأخضر في العلاقة بين المسؤولية البيئية والميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة مؤسسة الاسمنت حجر السود سكيكدة، مجلة الاستراتيجية والتنمية، ١١(٢)، ٤٠٩-٤٢٥.
- ساطوح، مهدية (٢٠١٦) متطلبات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في ظل الديناميكية المستمرة للبيئة التنظيمية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ٢٨، ٩٥-١٠٧.
- صالح، ماجد والداودي، حسين (٢٠٢٠) مرتكزات الصيانة المنتجة الشاملة ودورها في بلوغ استراتيجيات الميزة التنافسية المستدامة دراسة تحليلية لآراء مدراء

- شركة أدوية pioneer لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في السلیمانیة، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، ١٠(١)، ٣٢-٧٠.
- طهار، ناصر وفلاق، محمد (٢٠١٨) مساهمة الابداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لمنظمات الأعمال دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعة الكهرومنزلية، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، ٩(٣)، ٣٠٦-٣١٩.
- عايض، عبد اللطيف وأبو هادي، أحمد (٢٠١٩) أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية، مجلة الآداب، ١٢، ١٧٠-٢١٠.
- عايض، عبداللطيف وأبو هادي، أحمد (٢٠١٩) أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية، مجلة الدراسات الاجتماعية، ٢٥(٣)، ٥٧-٨٤.
- عايض، عبداللطيف والبشاري، نجيب (٢٠٢٠) أثر التمكين الإداري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية في الشركات اليمنية المصنعة للأدوية بالجمهورية اليمنية، مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، ٢٦(٣)، ١-٢٨.
- عباس، اسماعيل (٢٠١٩) دور أبعاد محاسبة العميل في تدعيم الميزة التنافسية المستدامة في القطاع المصرفي، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ١٠(٣)، ٣٩٥-٤١٩.
- عبد الحميد، عفاف (٢٠١٨) عمليات إدارة المعرفة وتأثيرها في بناء الميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية

- علي مكاتب المحاسبة والمراجعة المصرية، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة سوهاج، ٣٢(٤)، ١٧٧ - ٢٠٦.
- عبدالله، عبدالله والجبوري، جمال (٢٠١٧) إمكانية تحقيق جودة التعليم في اطار استدامة راس المال الفكري - دراسة استطلاعية في كليات جامعة سامراء، المؤتمر العلمي الدولي الأول حول (بالعلم نرتقي بالمجتمع)، ١٨-١٩ / ١٠ / ٢٠١٧.
 - عبودي، صفاء وداغر، حلا (٢٠٢١) دور رأس المال الفكري الأخضر في تحقيق الهبة التنظيمية دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الأقسام والشعب الإدارية في دائرة صحة نينوي، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، ٥٤(١)، ٥٣١ - ٥٥٢.
 - عثمان، مروه؛ عواد، عمرو وحسيب، السيد (٢٠١٩) التأثير المعدل لبطاقة الأداء المتوازن للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، ٢، ٢١٣ - ٢٥٤.
 - عثمان، مروه؛ عواد، عمرو وحسيب، السيد (٢٠١٩) تحليل العلاقة بين بطاقة الأداء المتوازن والميزة التنافسية المستدامة دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، ٢، ١٧٩ - ٢١٢.
 - عرقوب، نبيلة (٢٠١٩) الرأس مال البشري مدخل استراتيجي في امتلاك ميز تنافسية مستدامة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، ٣٤، ٣١٩ - ٣٤٠.
 - علوان، سهام (٢٠٢١) إدارة الذكاء التنافسي كألية استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالجامعات

المصرية ومواجهة تحديات فيروس كورونا (Covid 19)،
المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ٢ (٨٣)،
١٠٦١-١١٥٦.

- علي، علي (٢٠١٣) متطلبات استدامة الميزة التنافسية في التعليم العالي: وجهة النظر القائمة على أساس الموارد - دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية - غزة.
- علي، سعيد (٢٠٢٠) دراسة تحليلية لدور المحاسبة الإدارية البيئية في خفض المخاطر وانعكاس ذلك على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمنشآت الصناعية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، ١١ (٢)، ١٥٠٥-١٥٣٧.
- علي، نهاد (٢٠٢٠) دور الثقافة التنظيمية في دعم الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات دراسة مقارنة بين المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الدقهلية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، ١١ (٤)، ٢٤٥-٢٨٦.
- فلاق، محمد؛ بن ظفرة، فايز وحدو، سميرة (٢٠١٩) إدارة المعرفة كمدخل لاستدامة الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال دراسة ميدانية لشركة موبيلس العامة في الجزائر، مجلة دفاتر اقتصادية، ١١ (١)، ٣٥٨-٣٧٨.
- فهيم، إنجي (٢٠٢٠) دور التسويق الأخضر في تحقيق منظمات الأعمال للميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة منظمة Toyota اليابانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٩ (١)، ٤٥٣-٥٩٠.
- قمري، حياة (٢٠٢١) دور الإستراتيجية القائمة على إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة

- مجمع صيدال، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٢(١)، ٣٣٩-٤١٦.
- محاريق، هانى (٢٠١٧) أثر التكامل بين نظام تخطيط موارد المنشأة ونظام محاسبة استهلاك الموارد في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمنشآت الأعمال الصناعية دراسة نظرية وميدانية، مجلة البحوث المحاسبية، كلية التجارة، جامعة طنطا، ١، ٤٩٣-٥٣٤.
 - محمد، بن شايب (٢٠١٦) دور المهارات الإبداعية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية، مجلة أبعاد اقتصادية، ٦، ٨١-٩٩.
 - محمد، سلمى (٢٠١٧) خصائص نظم المعلومات الإدارية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من وجهة نظر العاملين في قطاع البنوك بولاية الخرطوم السودان، مجلة العلوم الاقتصادية، ١٨(١)، ٧٠-٨٩.
 - محمد، ماجدة (٢٠١٩) دراسة تأثير مكونات رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك دراسة ميدانية، مجلة الفكر المحاسبي، ٢٣(٢)، ٣٥-١.
 - محمود، أحمد (٢٠١٧) نظم المعلومات التسويقية وأثرها في استدامة الميزة التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، ١٤(١)، ٢٢٩-٢٥٦.
 - محمود، هناء (٢٠٢٠) التعليم الريادي مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالجامعات المصرية دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، ٣١(١٢٢)، ٨٥-١٦٤.
 - موسى، خنساء (٢٠١٧) السيميائية التنظيمية وتأثيرها في تنمية رأس المال الفكري الأخضر من خلال تعزيز

القبليات المعرفية دراسة ميدانية في معمل أسمنت الكوفة الجديد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة.

• نصر، عزة (٢٠٢٠) الذكاء الاستراتيجي كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة بمؤسسات التعليم قبل الجامعي في مصر، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، ٤٤(٤)، ٨٥-٢٠٦.

• يوسف، عصمت (٢٠٢١) إطار مقترح لبناء ميزة تنافسية مستدامة ودعم الأداء التسويقي من خلال استخدام التقنيات الذكية في تسويق الخدمات السياحية من وجهة نظر عملاء شركات السياحة المصرية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بور سعيد، ٢٢(٣)، ٧٤٢-٧٩٢.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ali, M., Puah, C. H., Ali, A., Raza, S. A., & Ayob, N. (2021). Green intellectual capital, green HRM and green social identity toward sustainable environment: a new integrated framework for Islamic banks, International Journal of Manpower.
- Ali, W., Jun, W., Hussain, H., Khan, N. A., Younas, M. W., & Jamil, I. (2021). Does green intellectual capital matter for green innovation adoption? Evidence from the manufacturing SMEs of Pakistan, Journal of Intellectual Capital, 22(5), 868-888.

- Allameh, S.M. (2018). Antecedents and consequences of intellectual capital the role of social capital, knowledge sharing and innovation, *Journal of Intellectual Capital*, 19 (5), 858-874.
- Beltramino, N.S., Garcia-Perez-de-Lema, D. and Valdez-Juarez, L.E. (2020). The structural capital, the innovation and the performance of the industrial SMES, *Journal of Intellectual Capital*, 21 (6), 913-945.
- Chang, C.H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: the mediation role of green innovation, *Journal of Business Ethics*, 104 (3), 361-370.
- Chang, C. H., & Chen, Y. S. (2012). The determinants of green intellectual capital. *Management decision*, 50(1), 74-94.
- Chen, Y.S. (2008). The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms, *Journal of Business Ethics*, 77(3), 271-286.
- Delgado-Verde, M., Amores-Salvado, J., Martin-de Castro, G. and Navas-Lopez, J.E. (2014). Green intellectual capital and environmental product innovation: the mediating role of green social capital, *Knowledge Management Research and Practice*, 12(3), 261-275.

- Desa, G. and Jia, X. (2020). Sustainability transitions in the context of pandemic: an introduction to the focused issue on social innovation and systemic impact, *Agriculture and Human Values*, 37, 1207-1215.
- Erinos, N., Rahmawati (2017). Green intellectual capital and financial performance of corporate manufacture in Indonesia, *International Journal of Business and Management Invention*, 6(2), 75-81.
- Frank, B. (2021), Artificial intelligence-enabled environmental sustainability of products: marketing benefits and their variation by consumer, location, and product types, *Journal of Cleaner Production*, 285, 125242.
- Ginesti, G., Caldarelli, A., Zampella, A.(2018). Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance, *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 915- 934.
- Haldorai, K., Kim, W. G., & Garcia, R. F. (2022). Top management green commitment and green intellectual capital as enablers of hotel environmental performance: The mediating role of green human resource management, *Tourism Management*, 88, 1-11.
- Hayaeian, S., Hesarzadeh, R. and Abbaszadeh, M. (2021). The impact of knowledge management strategies on the relationship between intellectual capital and innovation:

evidence from SMEs, *Journal of Intellectual Capital*, 20 (6), 763-783.

- Hill, C., & Jones, G. (2011) *Essentials of Strategic Management* (3rd ed.), Massachusetts: Cengage Learning.
- Jiang, Y., Jiang, Y. and Nakamura, W. (2019), “Human capital and organizational performance based on organizational innovation: empirical study on China”, *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 64, 156-166.
- Jirakraisiri, J., Badir, Y. F., & Frank, B. (2021). Translating green strategic intent into green process innovation performance: the role of green intellectual capital, *Journal of Intellectual Capital*, 22(7), 43-67.
- Kusi-Sarpong, S., Mubarik, M. S., Khan, S. A., Brown, S., & Mubarak, M. F. (2021). Intellectual capital, blockchain-driven supply chain and sustainable production: Role of supply chain mapping, *Technological Forecasting and Social Change*, 1-10.
- Mansoor, A., Jahan, S., & Riaz, M. (2021). Does green intellectual capital spur corporate environmental performance through green workforce?, *Journal of Intellectual Capital*, 22(5), 823-839.
- Matinaro, V., Liu, Y., Lee, T.-R., and Poesche, J. (2019). Extracting key factors for sustainable development of enterprises: case study of SMEs

in Taiwan, *Journal of Cleaner Production*, 209, 1152-1169.

- Nisar, Q. A., Haider, S., Ali, F., Jamshed, S., Ryu, K., & Gill, S. S. (2021). Green human resource management practices and environmental performance in Malaysian green hotels: The role of green intellectual capital and pro-environmental behavior, *Journal of Cleaner Production*, 311, 1-11.
- Onofrei, G., Nguyen, H.M., Zhang, M. and Fynes, B. (2020), “Building supply chain relational capital: the impact of supplier and customer leveraging on innovation performance”, *Business Strategy and the Environment*, 29 (8), 3422-3434.
- Sheikh, A. M. (2021). Green intellectual capital and social innovation: the nexus, *Journal of Intellectual Capital*.
- Song, W., Yu, H. and Xu, H. (2020), “Effects of green human resource management and managerial environmental concern on green innovation”, *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 951-967.
- Tefera, C.A., Hunsaker, W.D. (2020). Intangible assets and organizational citizenship behavior: a conceptual model, *Heliyon*, 6 (7), 1-11.
- Tonial, G., Cassol, A., Selig, P. M., & Giugliani, E. (2019). Intellectual capital management and sustainability activities in

Brazilian organizations: A case study, Springer International Publishing, 119-138.

- Tyan, I., Yague, M., & Plaza, A. (2021) Blockchain Technology's Potential for Sustainable Tourism, Information and Communication Technologies in Tourism 2021, 17-29.
- Wu, R., Huo, B., Yu, Y. and Zhang, Z. (2020), "Quality and green management for operational and environmental performance: relational capital in supply chain management", International Journal of Logistics Research and Applications, pp. 1-22.
- Yadiati, W., Nissa., Paulus, S., Suharman., & Meiryani. (2019) The role of green intellectual capital and organizational reputation in influencing environmental performance, International Journal of Energy Economics and Policy, 9(3), 261- 268.
- Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., & Fawehinmi, O. (2019). Nexus between green intellectual capital and green human resource management, Journal of cleaner production, 215, 364-374
- Yusliza, M. Y., Yong, J. Y., Tanveer, M. I., Ramayah, T., Faezah, J. N., & Muhammad, Z. (2020). A structural model of the impact of green intellectual capital on sustainable

performance, Journal of Cleaner Production, 249, 1-11.

- Yusoff, Y. M., Omar, M. K., Zaman, M. D. K., & Samad, S. (2019). Do all elements of green intellectual capital contribute toward business sustainability? Evidence from the Malaysian context using the Partial Least Squares method, Journal of Cleaner Production, 234, 626- 637.