

أثر القيادة التحويلية على الإبداع المستدام (دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية)

The impact of transformational leadership on sustainable innovation: A case study on telecommunications companies in the Kingdom of Saudi Arabia.

إعداد الباحثة / ملاك عون محمد آل هذلول

ماجستير إدارة الأعمال الأكاديمي، كلية الأعمال، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية

Email: malak123423@hotmail.com

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر القيادة التحويلية على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية. اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الاستنباطي، واستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات، كما تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات. تكونت عينة الدراسة من جميع موظفي شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية الذين يبلغ عددهم (122) موظفاً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن مستوى نضج الإدارة التحويلية الخضراء في شركات الاتصالات عالٍ؛ مما يعزز إبداع العاملين في المنظمة، كما أنه يوجد توجيه معتبر نحو الإبداع المستدام عالٍ في الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر، والابتكار في العملية الخضراء، والابتكار في التكنولوجيا الخضراء، وتم استخدام جميع الاختبارات الخاصة بالانحدار المتعدد (MANOVA (Wilks' Lambda و Pillai's Trace و Hotelling's Trace و Roy's Largest Root) في إظهار معنوية القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث بلغت القيمة الدلالية لها (0.000) وهي أقل من 5% مما يعني أن القيادة التحويلية الخضراء لها تأثير معنوي على الإبداع المستدام، كما توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها: يتعين على شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية نشر مفهوم القيادة التحويلية الخضراء؛ مما يساعد على زيادة ولاء الموظفين وتعزيز الابتكار الأخضر.

الكلمات المفتاحية: القيادة التحويلية الخضراء، الإبداع المستدام، الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر، الابتكار في العملية الخضراء، الابتكار في التكنولوجيا الخضراء.

The impact of transformational leadership on sustainable innovation (A case study on telecommunications companies in the Kingdom of Saudi Arabia)

Abstract:

This study aimed to identify the impact of transformational leadership on sustainable innovation in telecommunications companies in the Kingdom of Saudi Arabia. In this study, the researcher adopted the deductive approach, and used the questionnaire as tool to collect data, and used the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program to analyze the data. The sample of the study consisted of all employees of telecommunications companies in the Kingdom of Saudi Arabia of (123) employees. The study found a set of results, including: The level of maturity of green transformational management in telecommunications companies is high, which promotes the innovation of the employees of the organization, and there is considerable and high-level orientation towards sustainable innovation in the green product (service), innovation in the green process and innovation in green technology. All tests of multiple linear regression (MANOVA) (Pillai's Trace, Wilks' Lambda, Hotelling's Trace, and Roy's Largest Root) were used to show the morale of green transformational leadership, as its significance value was (0.000) which is less than 5%, this means that green transformative leadership has a moral impact on sustainable innovation. The study also made a number of recommendations, including: Telecommunications companies in the Kingdom of Saudi Arabia should spread the concept of green transformational leadership, which helps to increase employee loyalty and promote green innovation.

Keywords: green transformational leadership, sustainable innovation, green product (service) innovation, green process innovation, green technology innovation.

1. المقدمة:

في ظلّ التطور المعرفي والتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية، أصبحت شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية مهتمة بشكل متزايد بالقضايا البيئية، واتّجهت أغلب الشركات إلى تعزيز مفهوم عميق للتنمية المستدامة، من خلال توفير منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية في وقت واحد، وهو ما يسمى بالمحصلة النهائية الثلاثية (Hart and MILSTEIN,2003)، ولتطوير الكفاءات أو قدرات الموظفين دور مهم في التعامل مع التغيرات البيئية المستدامة العالمية التي تؤدي إلى زيادة التنافسية وحل المشاكل البيئية وتقليل المخاطر وإنتاج منتجات وخدمات جديدة (Singh et al,2011:Chang et al,2020)؛ لذا أصبح من الضروري للشركات تطوير فلسفة الإدارة الخضراء لتحفيز ابتكاراتها الخضراء في العصر البيئي (Chen,2011)؛ من أجل تقليل الفاقد بشكل فعال وتحسين استخدام الموارد النادرة (السعيدي، 2020)، وأشار (Kemp and Pearson,2007:7) إلى البرامج المبتكرة فيما يتعلق بإدارة البيئة مثل الابتكار البيئي، وتحتاج الشركات رفع قيادتها التحويلية الخضراء، ورفع ممارسات الاستدامة الإبداعية والوعي الأخضر، لزيادة إبداعها البيئي.

2.1. إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما تأثير القيادة التحويلية على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس عدّة أسئلة فرعية:

- ◀ ما مدى نضج القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟
- ◀ ما مدى التوجه نحو الإبداع المُستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟
- ◀ ما مدى تأثير القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟

3.1. فرضيات الدراسة:

للإجابة عن أسئلة البحث صيغت الفرضيات الآتية:

- يوجد نضج عالٍ في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- يوجد توجه معتد به نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

4.1. أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى:

- إبراز أهمية القيادة التحويلية ودورها في الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- التعرف على درجة تأثير القيادة التحويلية على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- تقديم عددٍ من التوصيات والمقترحات التي تسهم في تحسين الإبداع الأخضر من خلال القيادة التحويلية الخضراء.

5.1. منهج الدراسة:

يتبع البحث المنهج الاستنباطي (Hypothetico-deductive) في محاولة لمعرفة أثر القيادة التحويلية الخضراء على الإبداع المستدام في المملكة العربية السعودية.

6.1. حدود الدراسة:

الحدود المكانية: طُبِّقت الدراسة في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ويُمثِّل مجتمع الدراسة جميع الأفراد العاملين في شركة STC و ZINE و MOBILY الذين بلغ عددهم (22845) تقريباً.

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2022-1443

7.1. الدراسات السابقة:

فيما يأتي جدول لعرض بعض الدراسات السابقة ذات الصلة التي قامت الباحثة بالاطِّلاع عليها، وذلك للاستفادة منها، وسيتم التفصيل فيها عند تصميم نموذج البحث في الفصل الثالث:

عنوان الدراسة	الباحثون
Green Transformational Leadership and Green Performance: The Mediation Effects of Green Mindfulness and Green Self-Efficacy	Chen et al. (2014)
الإبداع الأخضر إستراتيجية فاعلة لمواجهة تحديات تحقيق الاستدامة البيئية لمنظمات الأعمال: بحث ميداني حول التحديات التي تواجه المنظمات الخدمية ومنظمة الـ UNDP في محافظة الأنبار	الدليمي وصلاح (2018)
Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management	Singh et al. (2020)
الاستدامة الموجهة نحو ممارسات الإبداع ودورها في تعزيز الابتكار البيئي من خلال الدور الوسيط للقيادة التحويلية الخضراء في الشركات النفطية: دراسة حالة في شركة نفط البصرة	السعيد (2020)
How Green Transformational Leadership Affects Green Creativity: Creative Process Engagement as Intermediary Bond and Green Innovation Strategy as Boundary Spanner	Zhang et al. (2020)

Does green transformational leadership lead to
green innovation? The role of green thinking
and creative process engagement

Begum et al. (2022)

8.1. هيكلية الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى جزأين: الجزء النظري ويحتوي على ثلاثة فصول: الفصل الأول يحتوي على المحور الأول للدراسة وهي القيادة التحويلية وأبعادها، ويمثل الفصل الثاني المحور الثاني للدراسة وهو الإبداع المستدام وأبعاده، بينما يمثل الفصل الثالث دراسة النماذج السابقة وتصميم نموذج الدراسة من خلال ربط المتغير المستقل والمتغير التابع، ثانياً الجزء التطبيقي، ويحتوي على فصلين، بدايةً من منهجية البحث وتصميم أداة الاستبانة والتحليل الوصفي للدراسة، ومن ثم اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

9.1. إسهامات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تقديم عدد من الإسهامات كما يأتي:

- ❖ **الإسهامات النظرية:** تمثل القيادة التحويلية القيمة النظرية للبحث، التي ركزت على قيمة الفرد داخل الشركة، وتفويضه سلطة اتخاذ القرار للاستجابة بصورة مباشرة لطلبات العملاء ومشاكلهم واحتياجاتهم، وذلك استناداً إلى الأدبيات السابقة العربية والإنجليزية التي تسمح بقياس هذا التوجه، وكذلك عرض لمفهوم الإبداع المستدام الذي يجب أن يكون سليماً بيئياً ومقبولاً اجتماعياً.
- ❖ **الإسهامات المنهجية:** وذلك من خلال تصميم نموذج بحث مبنياً على مختلف نقاط قوة النماذج السابقة، وصياغة فرضيات البحث التي تم اختبارها باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط من خلال الحزمة الإحصائية SPSS
- ❖ **الإسهامات الإدارية:** حيث إنَّها تُمكِّن المسؤولين في شركات الاتصالات من معرفة أثر القيادة التحويلية الخضراء على إبداع العاملين المستدام، وهذا من خلال انعكاس القيادة التحويلية على محاور الإبداع المستدام الثلاثة (ابتكار الخدمة (المنتج) الخضراء، وابتكار العملية الخضراء، وابتكار التكنولوجيا الخضراء).

نتائج الدراسة هي الفيصل في هذه الدراسة لمعرفة مدى تأثير القيادة التحويلية على الإبداع المستدام.

2. الجزء النظري: أثر القيادة التحويلية على الإبداع المستدام، دراسة حالة شركات الاتصال في المملكة العربية السعودية - تصميم النموذج النظري

1.2. القيادة التحويلية وأبعادها

مقدمة:

تُعد القيادة الإدارية من أهم المحاور التي تتركز عليها مختلف الشركات والمنظمات سواء كانت عامة أو خاصة، وهي عبارة عن الأنشطة التي يمارسها المسؤول الإداري على الأفراد العاملين في تنظيم معين، والتي تتمثل في إصدار الأوامر، والتأثير عليهم لتحفيزهم على العمل، هذا بالإضافة إلى توجيههم نحو تحقيق الأهداف المرجوة (شعراوي، د.ت).

كما يؤكد الشعراوي... أن العملية الإدارية هي في الأساس عملية توجيه وتنظيم وتنسيق جهود الأفراد أو الجماعات في سبيل تحقيق أهداف وغايات معينة فردية كانت أو جماعية، ومن ثمَّ يمكن القول: إن القيادة الإدارية تمتد جذورها إلى الوقت الذي بدأ فيه التفاعل الاجتماعي وتوزيع العمل بين الأفراد والجماعات في تنظيمات ونظم اجتماعية متعددة. في هذا الفصل سيتمُّ النظر إلى مفهوم القيادة والاتجاهات الحديثة في القيادة ومفهوم القيادة التحويلية وأبعادها.

أولاً: مفهوم القيادة:

في مستهل الحديث عن مفهوم القيادة نستعرض مقولة الكاتب جيمس وباري (2003) Barry James يُعرف القادة أنهم إذا أرادوا الحصول على الالتزام وتحقيق أعلى المعايير، فيجب أن يكونوا نماذج للسلوك الذي يتوقعونه من الآخرين، قال لنا مدير الخدمات المهنية آندي سيبرلي: "الأمر واضح ومباشر، لا تطلب أبداً من أي شخص آخر القيام بشيء لا ترغب في القيام به نفسك". لذا القادة هم نموذج للطريقة.

ومن هذا المنطلق، حظيت القيادة باهتمام العديد من العلماء والفلاسفة والكتاب الذين بدؤوا بدراستها ودراسة كل ما يرتبط بها، حتى أصبحت الآن لب العملية الإدارية وقلبها النابض والأساس الذي يتمُّ بواسطة الحكم على نجاح المنظمة من عدمه، وأصبحت في جوهرها تعني التأثير الذي يمارسه القائد على مرؤوسيه من أجل تحقيق هدف (المصري وعامر، 2015، كما ورد في القماش والجهني، 2020).

1. اتجاه السمات الشخصية في القيادة:

يعتمد نهج السمات في القيادة على أبحاث القيادة المبكرة التي افترضت أن القائد الجيد **يولد وليس يُصنع** (Certo و Certo، 2016)، كما يؤكد (القحطاني، 2003) "إنها تسمى أيضاً بنظرية الرجل العظيم حيث تقوم على أن القائد رجل عظيم منحه الله عدداً من الصفات والخصائص التي لا تتوافر إلا في الرجال العظماء".

2. الاتجاه الموقفي للقيادة:

ركّزت النظريات والنماذج التي تضمنها هذا المدخل على أنّ القائد وليد الموقف، وأنَّ السمات والمهارات المطلوب توافرها في القائد تعتمد بدرجة كبيرة على الموقف الذي يعمل فيه؛ وعلى الموقع القيادي الذي يشغله، فالاختلاف في المستويات الإدارية يؤدي إلى اختلاف سمات القيادة المطلوبة في كل مستوى إداري، وبذلك لا يوجد نمط قيادي فعّال يصلح في جميع المواقف والظروف، بل على القائد أن يمارس جميع الأنماط؛ ولكن في مواقف مختلفة، ومهمة القائد هي انتقاء النمط القيادي الملائم للموقف (الشيخ، 2017)

3. القيادة كعلاقة مركبة:

يركز هذا الاتجاه على وجود علاقة متبادلة بين القادة والأتباع، وذلك من خلال إشباع حاجات العاملين وتحفيزهم للقيام بأعمال المنظمة على أكمل وجه، وعلى ضوء ذلك يؤكد صالح ومحمد (2013) أننا نجد أن الأساس في القيادة التبادلية هو تبادل العملية بين القادة والمرؤوسين، فالقائد التبادلي يتعرف على رغبات واحتياجات المرؤوسين ثم يوضح الأدوار والمسؤوليات بالنسبة إلى المرؤوسين؛ لتحقيق هذه الاحتياجات والرغبات التي سوف تكون مرضية لمقابلة أهداف محددة أو أداء مهمات معينة ومن ثمَّ تحقيق النتائج المرغوبة،

فالمرؤوسون يتلقون المكافآت مقابل أدائهم لأعمالهم عندما يستفيد القادة من إتمام هذه الأعمال، والقادة يساعدون في بناء ثقة المرؤوسين فضلاً عن إرضاء احتياجاتهم؛ لأن ذلك من الممكن أن يحسّن الإنتاجية والأخلاق في العمل.

ثانياً: القيادة التحويلية Transformational Leadership:

نَال مفهوم القيادة التحويلية بعد منتصف الثمانينيات اهتماماً كبيراً من كُتاب الإدارة، لا سيما عندما أدركت الكثير من المنظمات الحاجة إلى إحداث تغييرات رئيسة في طريقة أداء الأعمال لمواجهة التغييرات في البيئة (عايض و الفحفة، 2020) ومن ثمّ أصبحت حماية البيئة قضية رئيسة بسبب التلوث البيئي المدمر؛ لذلك أغلب الشركات على استعداد لتطوير الابتكار الأخضر بشكل استباقي، علاوة على ذلك فإن البيئة الاستهلاكية أكثر شيوعاً في العالم (Chen,2011)، وبذلك يصبح الابتكار الأخضر سلاحاً تنافسياً قوياً، حيث يصبح المستهلكون أكثر اهتماماً بالبيئة، وتصبح المنتجات الخضراء أكثر انتشاراً في السوق لتلبية الاحتياجات البيئية في السوق، لذا من الضروري للشركات تطوير فلسفة الإدارة التحويلية الخضراء لتحفيز ابتكاراتها الخضراء في العصر البيئي (Zhang,2020).

ويمكن للقيادة التحويلية أن تسهل إدخال الأفكار الجديدة من خلال توفير الرؤية والتحفيز والمحاكاة الفكرية للمرؤوسين (Munford,2000) بالإضافة إلى ذلك، لدى القادة التحويليين فرصة لترويج الأفكار الإبداعية داخل مؤسساتهم ويمكن أن تعمل سلوكياتهم "كقوى تعزز الإبداع"، كما أن القيادة التحويلية تلعب دوراً حاسماً في تطوير الابتكار (Bass et al.,2003)، علاوة على ذلك، يحفز القادة التحويليون أتباعهم على زيادة الاستعداد لأداء يفوق التوقعات (Sosik et al.,1998).

ثالثاً: أهمية القيادة التحويلية:

يرى (عايض و الفحفة، 2020) أن للقيادة التحويلية أهمية كبيرة؛ كونها تسهم في تطوير أداء المرؤوسين والمنظمات من خلال ممارسات السلوك التحويلي؛ للوصول إلى تحقيق أهداف المنظمات وتعال القيادة التحويلية أهميتها في الشركات محل الدراسة من أنها قد تمثل النمط القيادي المناسب لهذه الشركات؛ نظراً إلى ما يمتاز به هذا النمط القيادي من صفات وممارسات تسهم في تطوير قدرات المرؤوسين وإبداعاتهم في تحقيق أهداف الشركات؛ نظراً إلى التغير السريع في طبيعة عملها، والتحديات التي تواجهها، لا سيما في الوقت الراهن؛ إذ تشير الدراسات السابقة إلى أن القيادة التحويلية تعزز قوى الإبداع لدى المرؤوسين.

رابعاً: أبعاد القيادة التحويلية:

من خلال المسح الذي أجرته الباحثة وجدت أن كلاً من Bass and Avolio قد اتفقوا على أن أبعاد القيادة التحويلية الخضراء تتمثل في أربعة أبعاد أساسية هي: التحفيز الفكري، والتأثير المثالي، والاعتبارية الفردية، والحفز الإلهامي، وسيجري توضيحها بوصفها ناتج اتفاق أغلب الباحثين، وسيتم اعتمادها أبعاداً للقيادة التحويلية في الدراسة الحالية؛ إذ إنها تلعب دوراً مهماً في تعزيز إبداع الموظف، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول 1-1: الأبعاد الأساسية للقيادة التحويلية الخضراء

الباحث	التعريف	البُعد ومؤشراته
<p>(متولي و شحاته، 2019)</p> <p>Avolio, BASS, Jung,1999</p> <p>ماجد 2014</p>	<p>تمتع القائد بسمات شخصية فريدة ومميزة (كاريزما) تجعله محل إعجاب وتقدير من قبل الآخرين، مما يدفعهم إلى التأسي به والاستجابة له.</p> <p>تساعد كاريزما القادة التحويليين على تكوين أفكار ملهمة بين أتباعهم لكسب احترامهم وولائهم.</p> <p>إن التأثير قد يحصل بالتصريحات التي يقدمها القائد لمؤوسيه بوصفها جزءاً عاطفياً وأساسياً من تأثير القيادة التحويلية بواسطة مخاطبة القائد مستخدماً عبارات مؤثرة فيهم.</p>	<p>التأثير المثالي</p> <p>Influence Idealize</p> <p>القائد يجعل المرؤوسين يعملون كفريق لتحقيق الأهداف البيئية نفسها.</p>
<p>Chang,2013)</p> <p>(Chen and</p> <p>الغامدي (2022)</p>	<p>اهتمام القادة التحويليين بتنمية المرؤوسين، وتحديد احتياجاتهم الفردية، وتقديم التوجيه والدعم وتوليد شعور الانتماء لديهم.</p> <p>اهتمام القائد الشخصي بمؤوسيه، والاستجابة لهم في توزيع المهام عليهم على أساس حاجاتهم وقدراتهم والعمل على تدريبهم وإرشادهم؛ لتحقيق النمو.</p>	<p>الاعتبار الفردي Individual Consideration</p> <p>القائد يتصرف بشكل يراعي القيم البيئية لدى الأفراد.</p>
<p>Gong et al.2009: Carmli et al.2013</p> <p>Avolio and Jung,1999</p>	<p>يعزز القدرة المعرفية للتابعين ويحسن كفاءة بناء المشاكل والبحث عن المعلومات وتوليد الحلول في العملية المعرفية.</p> <p>إن الاستثارة الفكرية تتحقق عندما يشجع القائد التحويلي المرؤوسين على حل المشاكل بطريقة مبدعة من خلال دفعهم للبحث عن الأفكار الجديدة ودعم النماذج المميزة لأداء العمل.</p>	<p>التحفيز الفكري Motivation</p> <p>القائد يلهم المرؤوسين بالخطط البيئية.</p> <p>القائد يحفز وينشط الأفراد لتقديم أفكار خضراء تراعي البيئة.</p> <p>القائد يحفز الموارد البشرية للوصول وتحقيق الأهداف البيئية.</p>
<p>Gong et al.,2009</p>	<p>تشجيع القادة التحويليين التفكير الإبداعي من خلال تحفيز المرؤوسين للتعبير عن آرائهم واكتساب شغف بالأفكار.</p>	<p>الدافع الملهم Inspirational Motivation</p>

Northouse,2014	أن يصنع القائد رؤية واضحة ومتفائلة للمستقبل ويعمل على إقناع الاتباع بها والعمل على تحقيقها، حيث يعمل القائد على إيجاد رؤية مشتركة بينة وبين العاملين.	القائد يعطي رؤية بيئية واضحة للمرؤوسين لاتباعها.
----------------	---	--

2.2. الإبداع المستدام وأبعاده

أولاً: مفهوم الإبداع والابتكار المستدام Sustainable Innovation:

ينظر البعض إلى الإبداع على أنه إنتاج إبداعي يتسم بالجدة والندرة والقيمة الاجتماعية، ومنهم من ينظر إليه على أنه عملية ذات مراحل متعددة ومتتابعة، وينظر فريق ثالث إليه على أنه سمات شخصية ملازمة للشخص المبدع، بينما ينظر فريق رابع إلى الإبداع من خلال البيئة التي يوجد فيها. (المعاينة، 2014)

والإبداع في اللغة مشتق من الفعل الثلاثي (بدع) وجاء في لسان العرب أنّ (بَدَعَ) الشيء يبدعه بدع وابتدعه: أنشأه وأبدأه (ابن منظور، 711 هـ)، كما عرف Manuel d'Oslo الإبداع: بالنشاط الذي ينتج سلع جديدة أو محسنة (منتجات، خدمات، عمليات، أساليب تسويق)، وكلمة بديع تعني الجديد من الأشياء أو الأفكار أو السلوك، وفي اللغة الإنجليزية فإن كلمة "Innovate" جاءت من اللاتينية "Innovare" وتعني يجدد، وجاء في معجم العلوم الاجتماعية أن كلمة إبداع تعني "أي فكرة أو سلوك أو شيء جديد يختلف نوعياً عن الأشكال الموجودة" (Gould & Kolb, 1964)، ولا يميز الباحثون باللغة الإنجليزية بين مصطلحي (Creativity) و (Innovation) أي الإبداع والخلق أو الابتكار، كما لوحظ عدم وجود مثل هذا التمييز بين الباحثين باللغة العربية؛ حيث يستخدم الإبداع قريباً للابتكار. (الدهان، 1989)

وقد اختلف (الرشدي، 2018) مع (الدهان، 1989) في أن هناك اختلافاً في تحديد مفهوم الإبداع وبعض المصطلحات القريبة والمتشابهة معه، وذكر منها الإبداع والابتكار ويعني ذلك "النتيجة الناجمة عن إنشاء أسلوب أو طريقة جديدة في الإنتاج أو التعبير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه" (أبو النصر، 2004)، وأشار (داعر، 2015) إلى أن الإبداع والابتكار مصطلحان مختلفان لكنهما مترابطان؛ بحيث يكون الإبداع بداية العملية الذهنية، بينما يمثل الابتكار الجانب العملي للمنظمة في تطبيق الأفكار الإبداعية، وكلاهما يحتوي على الرغبة في تغيير الأساليب التقليدية للفرد والمنظمة.

ثانياً: الابتكار والاستدامة البيئية:

يرى (Bocken et al, 2019) أن الابتكار من أجل الاستدامة يتعلق بالإدخال المقصود (الجذري) للمنتجات والخدمات المحسنة الجديدة (بشكل تدريجي) أو الأنظمة بالكامل، والذي يؤدي إلى فوائد بيئية أو اجتماعية تفوق المنتجات والخدمات أو النظم السابقة.

ويرى (verloop, 2004) أن الابتكار المستدام يجب أن يكون سليماً بيئياً ومقبولاً اجتماعياً وقابلاً للحياة اقتصادياً، وله تأثير إيجابي على البيئة المحيطة، ويمكن ربطه باستهلاك الوقود وانبعاثات الغازات الخطرة والسلامة وإعادة التدوير وغيرها. (Chen et al., 2006). ووفقاً لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (1997) يمكن تقسيم الابتكار إلى ثلاث فئات:

1. ابتكار عملية: الذي يحدث عند إنتاج كمية معينة من المخرجات (السلع أو الخدمات) بمدخلات أقل.

2. ابتكار المنتج: إدخال تحسينات إلى السلع (أو الخدمات) الحالية أو تطوير سلع جديدة.
3. الابتكارات التنظيمية: أشكال جديدة للإدارة، على سبيل المثال، إدارة الجودة الشاملة.

ثالثاً: أهمية الابتكار المستدام:

تبرز أهمية الابتكار المستدام من خلال اهتمامه بتقليل التلوث، وتحسين الأداء البيئي، وتحسين إنتاجية الموارد، وزيادة كفاءة استخدام الطاقة، وتقليل النفايات، فضلاً عن تخفيض كفاءة المواد المنتجة (Huang,2011).

علاوة على ذلك، لا يقلل ابتكار المنتجات وابتكار العمليات الخضراء من التأثير البيئي السلبي فقط، بل يؤدي أيضاً إلى زيادة الأداء المالي والاجتماعي للشركة من خلال تقليل الفاقد والتكلفة (Weng et al.2015).

رابعاً: أبعاد الابتكار المستدام:

من خلال المسح الذي أجرته الباحثة وجدت أن كلاً من: Chen et al, 2006, Begum et al., 2020, Fernando & Wah, 2017, Singh et al., 2020. قد اتفقوا على أبعاد الابتكار المستدام (الأخضر)، وهي تتمثل في ثلاثة أبعاد أساسية: ابتكار المنتج (الخدمة) الأخضر، وابتكار العملية الخضراء، وابتكار التكنولوجيا الخضراء، وسيجري توضيحها بوصفها ناتج اتفاق أغلب الباحثين، وسيتم اعتمادها أبعاداً للابتكار المستدام في الدراسة الحالية.

أ. ابتكار المنتج (الخدمة) الأخضر

يعرف المنتج الأخضر بأنه منتج صديق للبيئة (Chen and Chai,2010) وحدده Shamdasani et al.1993 بأنه المنتج الذي يحافظ على البيئة ولا يستنزف الموارد الطبيعية ويمكن إعادة تدويره أو الاحتفاظ به، وأشار Ottman et al (2006) يمكن وصف المنتج الأخضر بأنه المنتج الذي يسعى جاهداً في حماية أو تحسين البيئة الطبيعية من خلال الحفاظ على الطاقة أو الموارد وتقليل أو القضاء على استخدام العوامل السامة والتلوث والنفايات، وبين (2013) Wong أن المنتج الأخضر لا يؤثر بشكل سلبي على الأشخاص والبيئة طوال دورة حياة المنتج، وذكر (2015) Tom et al أنه المنتج الذي يراعى فيه أبعاد الاستدامة الثلاثة: الاقتصادية، والبيئية، والاجتماعية.

إذن المنتج الأخضر يقوم على تقليل التأثير على البيئة باستخدام مواد أقل سمية.

أ. ابتكار العملية الخضراء

أشار (2006) Chen et al بأنها استخدام تقنيات وعمليات تصنيع صديقة للبيئة لإنتاج السلع وتقديم الخدمات بشكل لا يؤثر سلباً على الناس والبيئة، وذكر (2015) Weng et al

بأنها تعديل عمليات التصنيع وأنظمتها لإنتاج منتجات صديقة للبيئة تفي بالأهداف البيئية، مثل: توفير الطاقة ومنع التلوث وإعادة تدوير النفايات، ولقد أظهرت الأبحاث السابقة أن ابتكار العمليات الخضراء لها تأثير إيجابي على الميزة التنافسية للشركات واستدامتها (2014) Chen et al.

ب. ابتكار التكنولوجيا الخضراء

تتبع التكنولوجيا الخضراء المبدأ البيئي وقانون الاقتصاد البيئي، وتدرس توفير الطاقة في عملية الابتكار، وتتجنب أو تقضي أو تقلل من التلوث والأضرار التي تلحق بالبيئة في عملية الابتكار،

وتحافظ على الحد الأدنى من التأثير السلبي على البيئة (Wang et al(2021) ويهدف ابتكار التكنولوجيا الخضراء إلى تحقيق منافع اقتصادية وبيئية واجتماعية، بالإضافة إلى ذلك توفير الموارد والطاقة، والقضاء أو الحد من تلوث البيئة وتدهورها (Li et al,2018).

3.2. دراسة النماذج السابقة وتصميم نموذج الدراسة

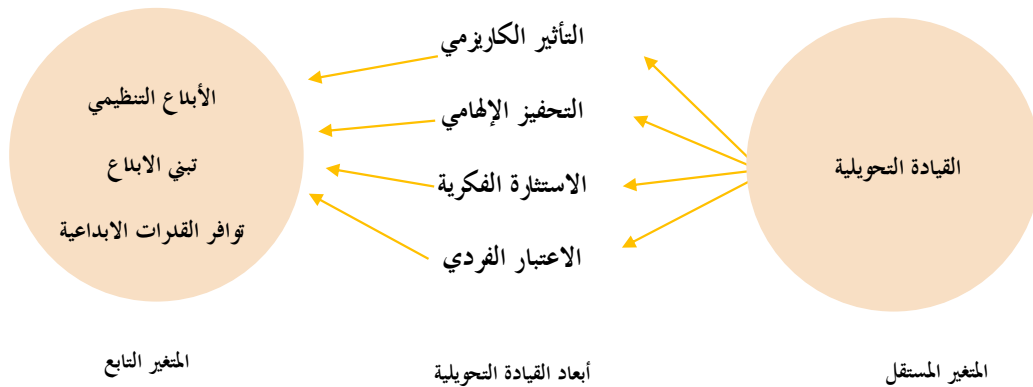
1.3.2. الدراسات السابقة:

1.3.3.2. الدراسات العربية:

❖ نموذج الغالبي وإدريس (2010)، سلوكيات القيادة التحويلية وأثرها في الإبداع التنظيمي: دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردني

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر سلوكيات القيادة التحويلية في شركات الاتصالات الأردنية الخلوية، ولتحقيق هذا الهدف تم توزيع (120) استبانة على رؤساء الأقسام والاختصاصيين العاملين في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية من مختلف الاختصاصات، مكونة من القيادة التحويلية بأبعادها (الاعتبارية الفردية، التمكين، التأثير المثالي، الاستثارة الفكرية) والإبداع التنظيمي بأبعاده (تبني الإبداع، توافر القدرات الإبداعية)؛ حيث استخدم المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لسلوكيات القيادة التحويلية بأبعادها على الإبداع التنظيمي بمتغيراته.

رسم توضيحي 3-1 : شكل نموذج الغالبي وإدريس (2010)



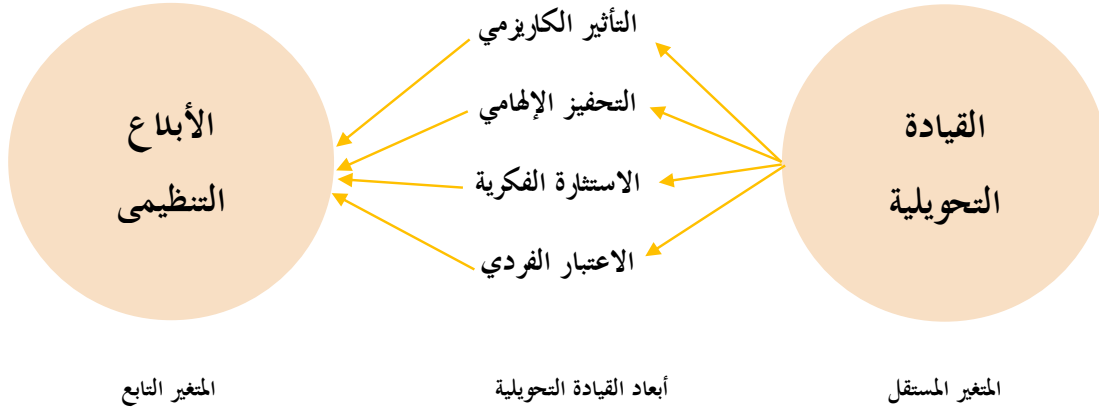
❖ نموذج رنده رباحي (2012)، دور القيادة التحويلية في تحقيق الإبداع التنظيمي دراسة حالة: المؤسسة الأوراسية

للغزل بعين جاسر_باتنة_

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القيادة التحويلية في تحقيق الإبداع التنظيمي في المؤسسة الأوراسية للغزل والأغطية بعين جاسر-باتنة-، واعتمدت الدراسة على منهجين علميين يتناسبان مع طبيعة الدراسة، وهما: المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وتم استخدام الاستبانة في جمع البيانات وتحليلها إحصائياً؛ لتحقيق الهدف المراد من الدراسة؛

وتوصلت الدّراسة إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للقيادة التحويلية على الإبداع التنظيمي في المؤسسة الأوراسية للغزل والأغطية بعين جاسر -باتنة-.

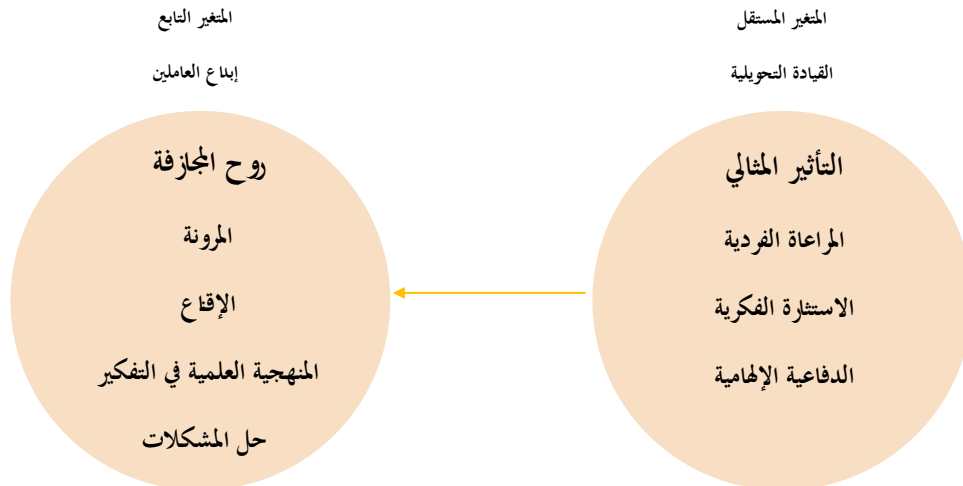
رسم توضيحي 2-3: نموذج رباحي (2011-2012)



❖ نموذج علي (2018)، أثر القيادة التحويلية في إبداع العاملين: دراسة ميدانية بالتطبيق على جامعة البحر الأحمر

للباحث محمد أحمد الخليفة علي، هدفت الدّراسة إلى معرفة أثر القيادة التحويلية في إبداع العاملين في جامعة البحر الأحمر؛ حيث اشتملت على محورين: المحور الأول القيادة التحويلية بأبعادها (المراعاة الفردية، الاستشارة الفكرية، الدافعية الإلهامية)، بينما يمثل المحور الثاني إبداع العاملين بأبعاده (المرونة، الإقناع، المنهجية العلمية في التفكير، حل المشاكل)، واعتمدت الدّراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وتوصلت الدّراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين القيادة التحويلية والإبداع المستدام.

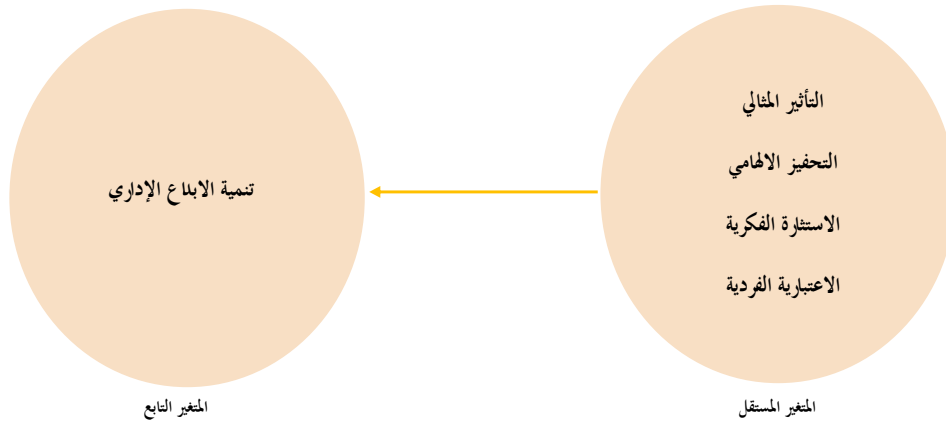
رسم توضيحي 3-3: نموذج علي (2018)



❖ نموذج عمار وسراقي (2018)، دور القيادة التحويلية في تنمية الإبداع الإداري: دراسة ميدانية على المصارف التجارية السورية في محافظة حماة

للباحثين قصي علي عمار وغالية نعيان سراقي، هدفت الدراسة إلى معرفة دور نمط القيادة التحويلية في تنمية الإبداع الإداري، وتوصلت إلى عدة نتائج منها؛ توجد علاقة معنوية بين القيادة التحويلية بأبعادها وبين تنمية الإبداع لدى العاملين في المصارف محل الدراسة.

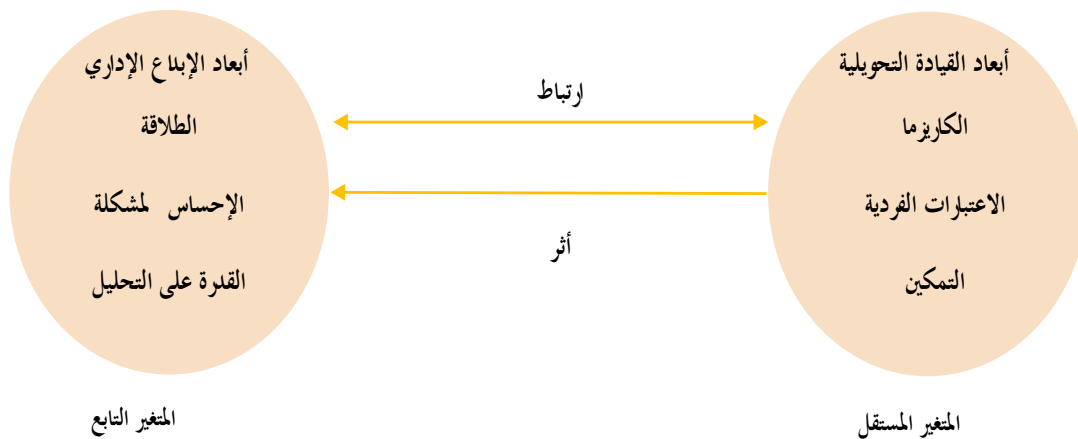
رسم توضيحي 3-4: نموذج عمار وسراقي (2018)



❖ نموذج الربيعي ونجم (2018)، دور القيادة التحويلية في تحقيق الإبداع الإداري

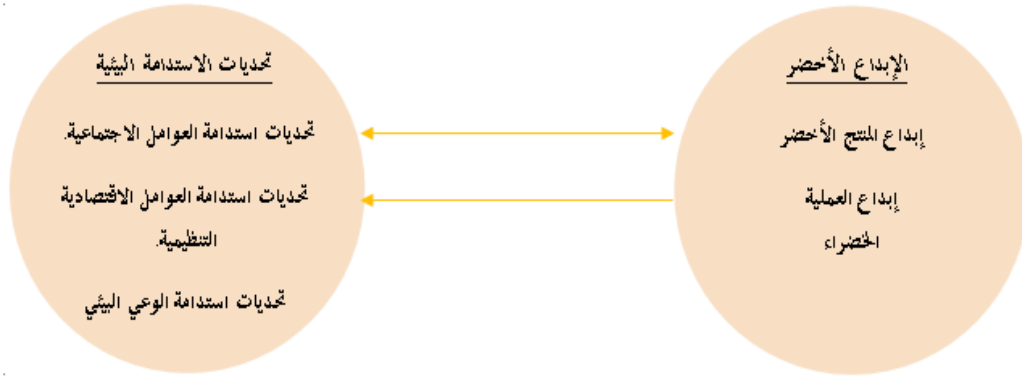
للباحثين خلود هادي الربيعي وحسين عبد الجبار نجم، طبقت هذه الدراسة على عينة من المسؤولين في ديوان وزارة التربية العراقية، وهدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر القيادة التحويلية على تحقيق الإبداع الإداري، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباط وأثر معنويين بين القيادة التحويلية وبين تحقيق الإبداع الإداري.

رسم توضيحي 30-5: نموذج الربيعي ونجم (2018)



❖ نموذج الدليمي وصلاح (2018)، الإبداع الأخضر إستراتيجية فاعلة لمواجهة تحديات تحقيق الاستدامة البيئية لمنظمات الأعمال، للباحثين عراك عبود الدليمي وأحمد ضياء صلاح، طبقت الدراسة في عدد من المنظمات الخدمية في الأنبار، هدفت الدراسة إلى اعتماد الإبداع الأخضر ونشرت كثافة تنظيمية يكون لها دور فاعل في تحقيق الاستدامة البيئية؛ وتم التوصل إلى وجود اهتمام من قبل المنظمات الخدمية بمجتمع الدراسة.

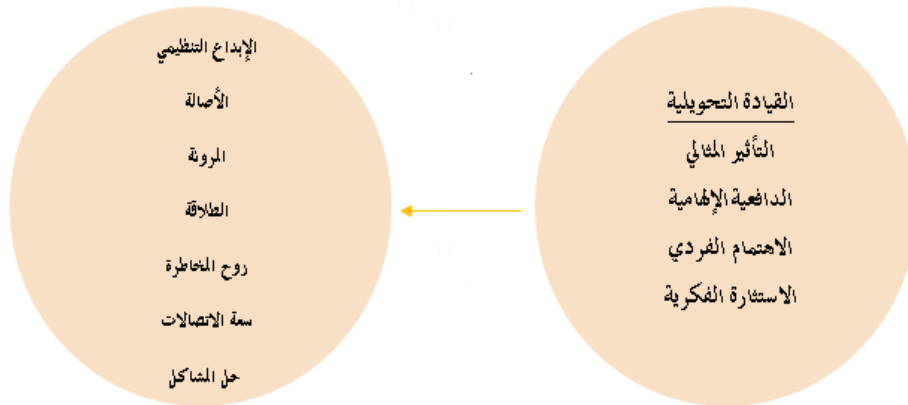
رسم توضيحي 3-10: نموذج الدليمي وصلاح (2018)



❖ نموذج الشيخ وعلي (2020)، أثر القيادة التحويلية على الإبداع التنظيمي على المصارف السودانية

للباحثين أماني عبد العاطي الشيخ ومحسن محمد قسم الله علي، هدفت الدراسة إلى معرفة أثر القيادة التحويلية المتمثلة في المتغير المستقل بأبعاده (التأثير المثالي، الدافعية الإلهامية، الاستثارة الفكرية، الاهتمام الفردي) على الإبداع التنظيمي، والمتغير التابع بأبعاده (الأصالة، المرونة، الطلاقة، القدرة على حل المشاكل، روح المخاطرة وسعة الاتصالات)، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للدافعية الإلهامية على الإبداع التنظيمي وعدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتأثير المثالي على الإبداع التنظيمي.

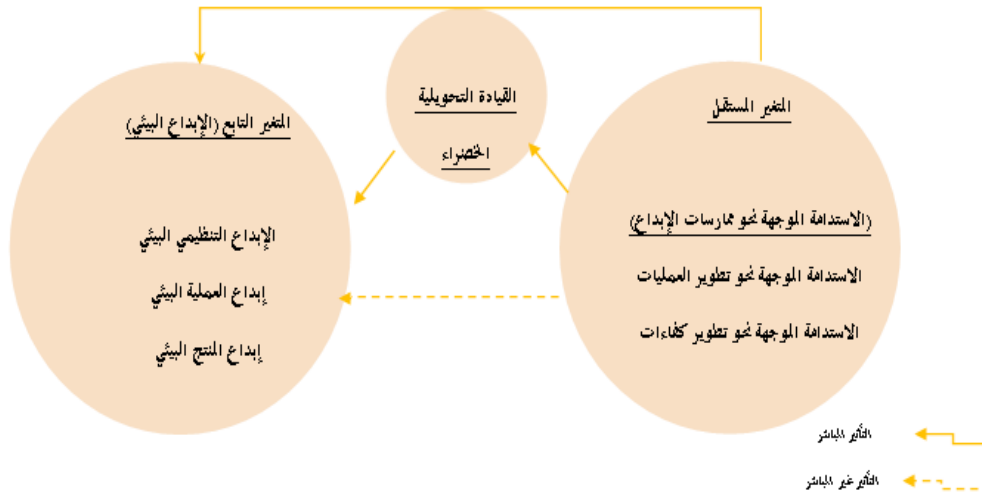
رسم توضيحي 3-70: نموذج الشيخ وعلي (2020)



❖ نموذج السعيدى (2020)، الاستدامة الموجهة نحو ممارسات الإبداع ودورها في تعزيز الابتكار البيئي من خلال الدور الوسيط للقيادة التحويلية الخضراء في الشركات النفطية

للباحث كرار فاضل خلف السعيدى، طبقت الدراسة في شركة نفط البصرة، هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستدامة الموجهة نحو ممارسات الإبداع ودوره في تعزيز الابتكار البيئي من خلال الدور الوسيط للقيادة التحويلية الخضراء لدى المنظمات، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نقاط من أبرزها وجود علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين الاستدامة الموجهة نحو ممارسات الإبداع والابتكار البيئي من خلال الدور الوسيط للقيادة التحويلية الخضراء في المنظمة.

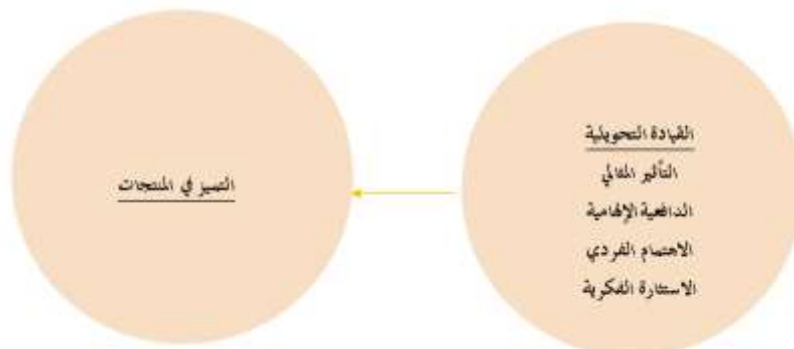
رسم توضيحي 3-8: نموذج السعيدى (2020)



❖ نموذج عبد الهادي (2020)، أثر القيادة التحويلية على التميز في المنتجات

للباحثة نورهان زين عبد الله عبد الهادي، طبقت هذه الدراسة على قطاع الصناعات الغذائية لجمهورية مصر العربية، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر القيادة التحويلية على التميز في المنتجات؛ حيث إن القيادة التحويلية تمثل المتغير المستقل بأبعاده (التأثير المثالي، التحفيز الإلهامي، الاستئارة الفكرية، الاعتبارات الفردية)، ويمثل المتغير التابع التميز في المنتجات، واستخدمت أداة الاستبانة في جمع البيانات، وتوصلت إلى العديد من النتائج من أبرزها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة التحويلية والتميز في المنتجات.

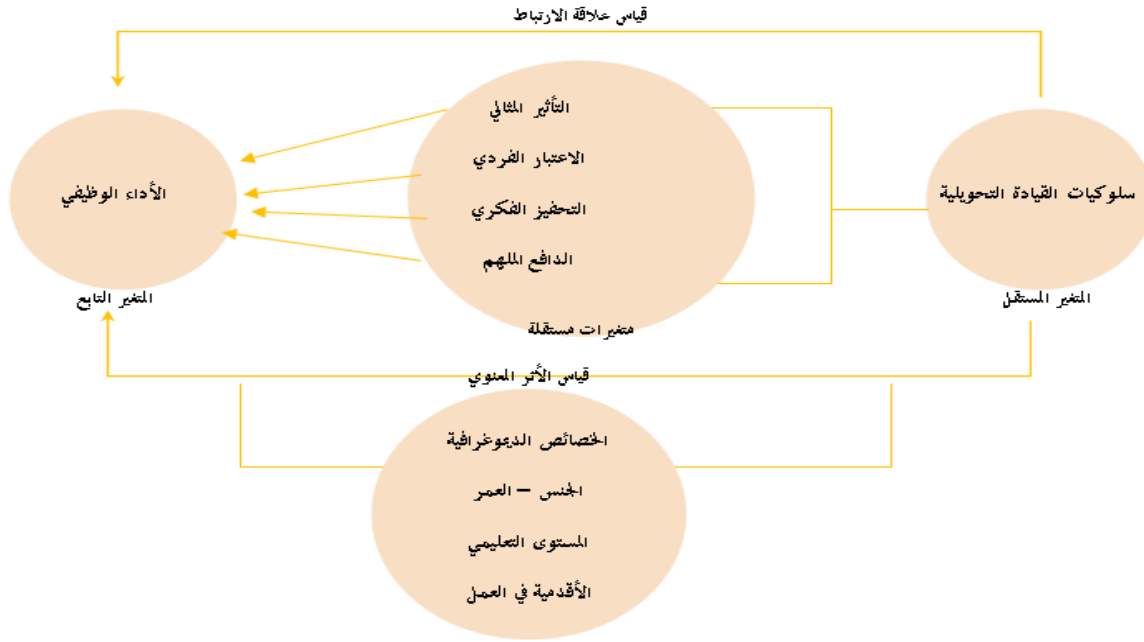
رسم توضيحي 30-9: نموذج عبد الهادي (2020)



❖ نموذج زرقوط (2021)، فعالية القيادة التحويلية في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين _ المؤسسة المينائية سكيكدة

للباحثة حميدة زرقوط، هدفت هذه الدراسة إلى مدى فعالية القيادة التحويلية في تحسين الأداء الوظيفي على أرض الواقع، وتم إجراء الدراسة في المؤسسة المينائية بسكيكدة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج منها: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات القادة الإداريين حول متغيرات الدراسة.

رسم توضيحي 3-10 : نموذج زرقوط (2020-2021)



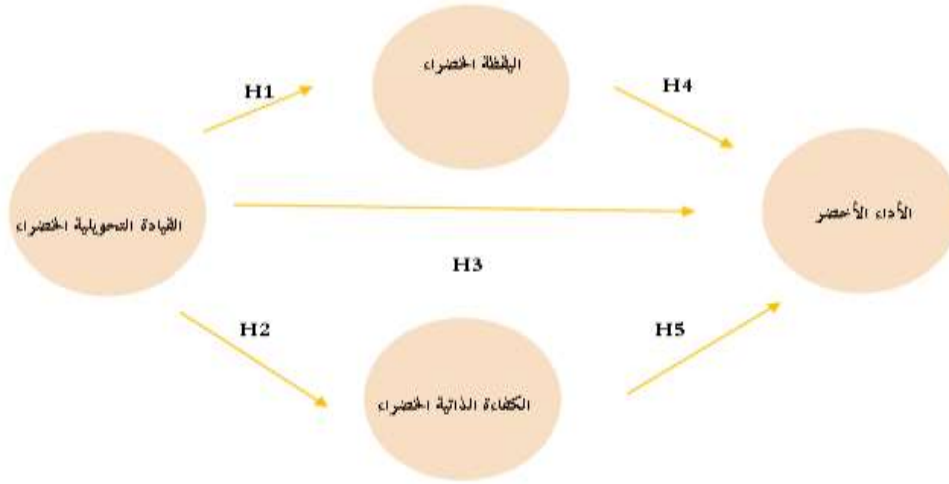
2.3.3.2. الدراسات الأجنبية

❖ نموذج (Chen et al.,2014)

Green Transformational Leadership and Green Performance: The Mediation Effects of Green Mindfulness and Green Self-Efficacy

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين القيادة التحويلية الخضراء والأداء الأخضر ودراسة آثار الوساطة الجزئية للوعي الأخضر والكفاءة الذاتية الخضراء، وتوصلت إلى عدة نتائج منها: أن القيادة التحويلية الخضراء هي محرك أساسي للأداء الأخضر، تؤثر القيادة التحويلية على الوسيطين اليقظة الخضراء والكفاءة الذاتية الخضراء واحتوت على 4 إسهامات أو توصيات أكاديمية.

رسم توضيحي 3-11: نموذج (Chen et al.2014)

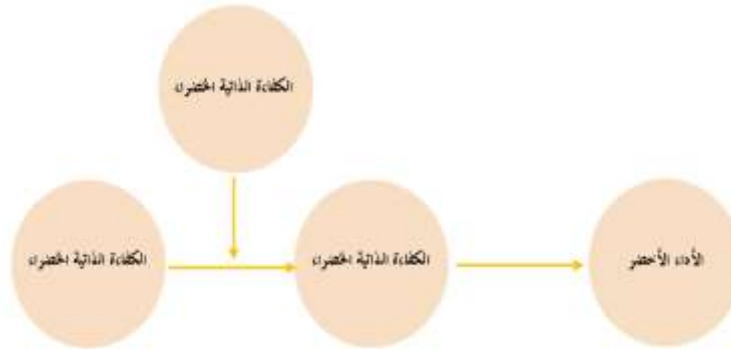


❖ نموذج (Zhang et al., 2020)

How Green Transformational Leadership Affects Green Creativity: Creative Process Engagement as Intermediary Bond and Green Innovation Strategy as Boundary Spanner

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير القيادة التحويلية الخضراء على الإبداع الأخضر للموظفين، واعتمدت على المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للقيادة التحويلية على الإبداع الأخضر للموظفين؛ لأن المشاركة في العملية الإبداعية تلعب دوراً وسيطاً في علاقة القيادة التحويلية الخضراء بالإبداع الأخضر للموظف.

رسم توضيحي 30-12: نموذج Zhang et al.,2020



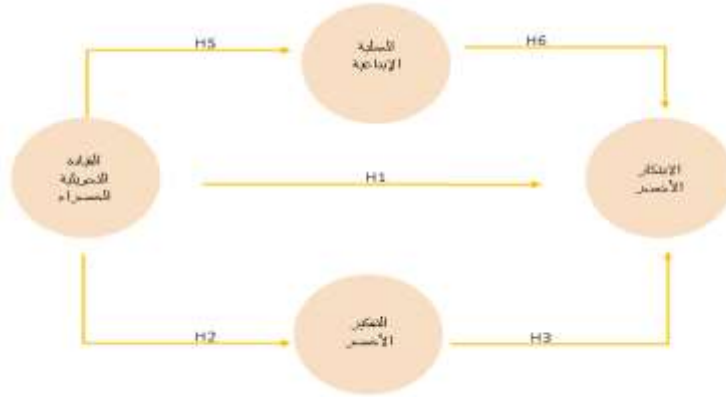
❖ نموذج Begum et al.,2021

Does green transformational leadership lead to green innovation? The role of green thinking and creative process engagement

تهدف هذه الدراسة إلى توفير فهم لدور القيادة التحويلية الخضراء (GTL) وممارسات الابتكار الأخضر في المنظمات من خلال العمليات المعرفية: التفكير الأخضر والمشاركة العملية الإبداعية (CPE)، وتظهر نتائج الدراسة أن تحويل الغاز إلى سائل له تأثير كبير على التفكير الأخضر CPE، والابتكار الأخضر،

وتكشف النتائج كذلك أن التفكير الأخضر وCPE يتوسطان في العلاقة بين تحويل الغاز إلى سوائل والابتكار الأخضر، وأصبح التفكير الأخضر والعمليات الإبداعية أدوات مفيدة في تعزيز الابتكار الأخضر، ومن ثمَّ يوفر هذا التحقيق رؤى جديدة حول كيفية الترويج لتحويل الغاز إلى سوائل، والعمليات المعرفية في المؤسسات لالتماس الابتكار الأخضر.

رسم توضيحي 13-30: نموذج Begum et al.,2021



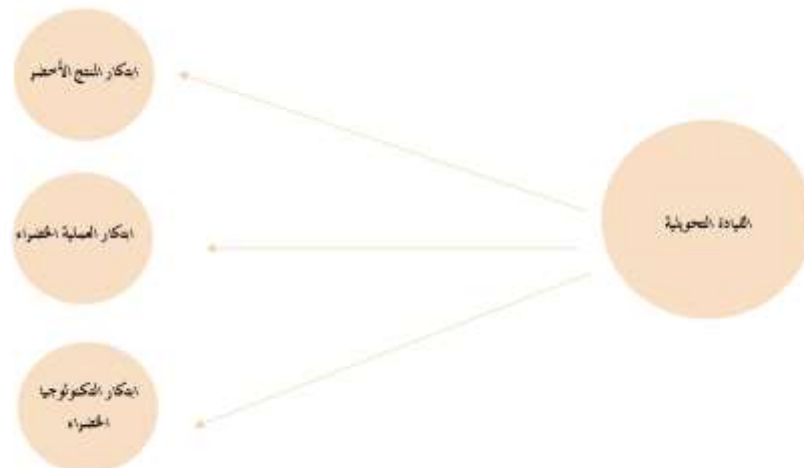
3.3.3.2. التصور العام لنموذج الدراسة المقترح

إن التصور العام الذي ينطلق منه تطوير النموذج المقترح في هذه الدراسة هو اعتمادها على جزأين أساسيين؛ حيث تم الربط بينهما لغرض بيان مدى وجود علاقة بين هذه الأجزاء، لا سيما وإن كلَّ جزء يمثل متغيراً من متغيرات الدراسة كما يأتي: (السرطان، 2005)

الجزء الأول: القيادة التحويلية كمتغير مستقل، ودورها في تحقيق الإبداع المستدام لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

أما الجزء الثاني: في النموذج المقترح فيضم الإبداع المستدام على اعتبار أنه متغير تابع، كما تم اعتمادها في النموذج المقترح من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي: ابتكار المنتج (الخدمة) الأخضر، ابتكار العملية الخضراء، ابتكار التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

رسم توضيحي 14-30: نموذج مقترح للإبداع المستدام



في ضوء نموذج الدراسة يمكن صياغة الفروض الرئيسة الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد نضج عالٍ في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الرئيسة الثانية (H2): يوجد توجه معتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الرئيسة الثالثة (H3): القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

وتنقسم الفرضية الثالثة إلى ثلاثة أقسام:

الفرضية الفرعية الأولى (H3.1): يوجد أثر إيجابي للقيادة التحويلية على ابتكار المنتج الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الثانية (H3.2): يوجد أثر إيجابي للقيادة التحويلية على ابتكار العملية الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الثالثة (H3.3): يوجد أثر إيجابي للقيادة التحويلية على ابتكار التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

3. منهجية البحث – تصميم أداة الاستبانة

1.3. منهجية تصميم الاستبانة:

بغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة واختبار فرضياتها فقد تم تطوير الاستبانة في ضوء الإطار النظري، وبالرجوع إلى بعض الأدبيات المتعلقة بمتغيري الدراسة كدراسة Zhang et al.2020, Begum et al.2020, Chen and Chang (2013) فيما يتعلق بعبارات القيادة التحويلية الخضراء، وكذلك دراسات Chen et al,2006, Begum et al.2020,Fernando & Wah,2017,Singh et al,2020 فيما يتعلق بعبارات الابتكار المستدام، وقد بنيت الدراسة في ضوء مقياس ليكرت الخماسي، وأعطيت 5 درجات لموافق بشدة ودرجة واحدة لا أتفق بشدة.

الجدول التالي يوضح متغيري الدراسة وأبعادهما والدراسات التي تم الاستناد إليها في تصميم العبارات:

جدول 3-1: متغيرا الدراسة وأبعادهما والدراسات التي تم الاستناد إليها في تصميم العبارات

الدراسات	العبارات	أبعاد المتغير	المتغير
Zhang et al., 2020, Singh et al., 2020, Chen & Change, 2013, Begum et al., 2020.	1. القائد يعطي رؤية بيئية واضحة للمرؤوسين لاتباعها.	القيادة التحويلية الخضراء	
	2. القائد يلهم المرؤوسين بالخطط البيئية.		
	3. القائد يجعل المرؤوسين يعملون كفريق لتحقيق الأهداف البيئية نفسها.		
	4. القائد يحفز الموارد البشرية للوصول وتحقيق الأهداف البيئية.		
	5. القائد يتصرف بشكل يراعي القيم البيئية لدى الأفراد.		
	6. القائد يحفز وينشط الأفراد لتقديم أفكار خضراء تراعي البيئة.		

Chen et al, 2006, Begum et al., 2020, Fernando & Wah, 2017, Singh et al., 2020.	<p>1. تختار الشركة المواد واللوازم التي تنتج أقل قدر من التلوث لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها.</p> <p>2. تختار الشركة المواد واللوازم التي تستهلك أقل قدر من الطاقة والموارد لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها.</p> <p>3. تستخدم الشركة أقل عدد من المواد لتكوين المنتج أو الخدمة لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها.</p> <p>4. تناقش الشركة بحذر ما إذا كان المنتج تسهل إعادة تدويره، وإعادة استخدامه لإجراء تطوير المنتج أو تصميمه.</p>	الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر	الابتكار المستدام
	<p>1. تقلل عمليات إنتاج الخدمات أو المنتجات الخاصة بالشركة بشكل فعال من انبعاث المواد الخطرة أو النفايات.</p> <p>2. تقوم عمليات إنتاج الخدمات أو المنتجات في الشركة بإعادة تدوير النفايات التي تسمح بمعالجتها وإعادة استخدامها .</p> <p>3. تقلل عمليات إنتاج الخدمات أو المنتجات الخاصة بالشركة من استهلاك الموارد والطاقة.</p> <p>4. تقلل عمليات إنتاج الخدمات أو المنتجات الخاصة بالشركة من استخدام المواد الخام.</p>	الابتكار في العمليات الخضراء	
	<p>1. قامت شركتنا بنشر وتعميم استخدام أحدث التقنيات الخضراء.</p> <p>2. تستغل شركتنا باستمرار إمكانات التكنولوجيا التي تحافظ على البيئة.</p> <p>3. تمتلك شركتنا وحدة داخلية للبحث والتطوير (R & D).</p> <p>4. استفادت شركتنا بشكل كبير من التكنولوجيا الخضراء.</p>	الابتكار في التكنولوجيا الخضراء	

تم التحقق من الصدق الظاهري للاستبانة من خلال عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في تخصص إدارة الأعمال، وعددهم (2) محكم، والمرفقة أسماؤهم في الملاحق، ملحق رقم (2)، جميعهم من جامعة الملك خالد، وذلك بعد إعداد الأداة بصورتها الأولية، والتي تكونت من 18 فقرة، موزعة على 4 أبعاد، من أجل الحكم على الاستبانة من جانبين: وضوح وتناسق العبارات، وانتماء الفقرات للمحاور والأبعاد المحددة.

جدول 2-3: خصائص الاستبانة والمقياس الإحصائي المعتمد في كل متغير

المتغير	الأبعاد	العبارات	المقياس	الأبحاث المتعمدة
القيادة التحويلية		6	ليكرت الخماسي	et al., 2020, Zhang et al., 2020, Singh Chen & Change, 2013, Begum et al., 2020.

Chen et al, 2006, Begum et al., 2020, Fernando & Wah, 2017, Singh et al., 2020.	ليكرت الخماسي	4	ابتكار العملية الخضراء	الإبداع المستدام
		4	ابتكار المنتج (الخدمة) الأخضر	
		4	ابتكار التكنولوجيا الخضراء	

2.3. الدراسة الاستطلاعية:

بعد تحكيم الاستبانة من خلال الصدق الظاهري، نتجه إلى ضبط الاستبانة من خلال الدراسة الاستطلاعية، بحيث تم إرسالها إلى أكثر من 30 مسؤولاً وموظفاً في شركات الاتصالات قيد الدراسة؛ للتأكد من وضوح وتناسق العبارات واستيعاب الأفراد لها، وحتى يتم الحصول على فكرة أولية لمدى اعتماد شركات الاتصالات على ممارسات القيادة التحويلية الخضراء في الشركات ومدى توجهها نحو الإبداع المستدام في ابتكار المنتج الأخضر والعملية الخضراء وابتكار التكنولوجيا الخضراء.

والشكل التالي يوضح إطار عمل الاستدامة لدى STC:



المصدر: التقرير السنوي للاستدامة STC، 2020

شركة STC واحدة من شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية والتي لها دور استباقي في تطوير الابتكار المستدام الذي يهتم بشكل رئيس بإدارة النفايات والمياه والمحافظة على الطاقة والاهتمام بالتغير المناخي، ويوضح الشكل السابق مجالات التركيز الرئيسية في إطار STC للاستدامة ومن ضمن المجالات أنها تمكن القوى البشرية من خلال تنوع الموظفين والمساواة والشمول، وأيضاً تعمل على تدريبهم وتطويرهم وتهتم بصحة وسلامة الموظف، كما أنها تهتم برفاهيته التي من ثم تقوم على إشباع حاجاته وزيادة إنتاجيته.

وأيضاً من ضمن المجالات الاهتمام بالبيئة، وتنتقل إلى تحسين كفاءة الطاقة في عملياتها التجارية وتقليل استخدامها للبيئة من خلال استخدام مبردات هواء عالية الكفاءة في مبانيها وقد تم تنفيذ مبادرة كفاءة الطاقة هذه بدءاً من عام 2015، وبحلول عام 2018 أدت إلى توفير 15% في استخدام الطاقة، والشكل التالي يبين استهلاك الطاقة في مباني وأسطول شركة STC للاتصالات:

تغير المناخ والطاقة	وحدة	2017	2018	2019	2020
المباني والأسطول:					
إجمالي استهلاك الكهرباء	كيلوواط ساعة	276,000,000	276,000,000	290,000,000	244,512,852
إجمالي استهلاك الحيزل	لترات	10,050	14,400	14,750	33,32747
إجمالي استهلاك البنزين	لترات	7,584,000	6,716,000	5,515,000	4,499,238.63
إجمالي استهلاك الحيزل لمولدات الطاقة	لترات	تم استخدام المولدات كطاقة احتياطية فقط أثناء انقطاع التيار الكهربائي في حالات الطوارئ			
إجمالي استهلاك البنزين (الأسطول / النقل)	لترات	7,584,000	6,716,000	5,515,000	4,499,238.63
استهلاك مباني للطاقة	جيجاجول	254,744	225,799	185,532	313,352.23
استهلاك الطاقة غير المباشر (الكهرباء)	جيجاجول	993,572	993,572	1,043,971	879,542.63
إجمالي استهلاك الطاقة المباشر وغير المباشر	جيجاجول	1,248,316	1,219,371	1,229,503	1,192,894.87

المصدر: التقرير السنوي للاستدامة STC، 2020

وتهدف إلى تحقيق صافي انبعاثات كربونية صفرية؛ حيث وقعت اتفاقية مع المركز الوطني لمراقبة الامتثال البيئي لإنشاء وحدة مركزية لمراقبة جودة الهواء والانبعاثات من المصدر ضمن برنامج التحول الوطني، وهو أحد أهم ركائز برنامج رؤى المملكة 2030، كما أنها تقوم باختبار الانبعاثات الكهرومغناطيسية للمنتجات المستوردة والتي يتم تسويقها من قبلهم.

وتسعى إلى تعزيز الآثار الاقتصادية من خلال الأداء الاقتصادي وإدارة سلاسل التوريد، وكان الأداء المالي في عام 2020 قوياً، وشمل ذلك تحقيق أعلى إيرادات سنوية في السنوات الثماني الماضية، والشكل التالي يوضح إجمالي الإيرادات خلال السنوات 4 الماضية:

إجمالي الإيرادات (بالآلاف ريال سعودي)



المصدر: التقرير السنوي للاستدامة STC، 2020

حيث تتطلع STC إلى مواصلة أعمال الاستدامة مع أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة، كما أن شركات الاتصالات الأخرى مثل موبايلى زين تسعى أيضاً إلى تبني الاستدامة في عملياتها للحفاظ على مستقبل أجيالنا القادمة.

4. التحليل الوصفي للدراسة

مقدمة:

في هذا الفصل نصلو إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد المجتمع وحجم عينة الدراسة من حيث العدد الكلي، وأيضاً حجم العينة المطلوبة من كل شركة اتصال بشكل تناسبي مع عدد الأفراد العاملين في الشركات.
- 2- تحليل عينة الدراسة وصفيًا، من حيث توزيع العينة حسب الشركة، والمستوى الإداري، والخبرة المهنية، والمستوى التعليمي لأفراد العينة، وأيضاً حسب جنس أو نوع الفرد المجيب.

1. تحديد حجم العينة

يتمثل مجتمع الدراسة في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، STC & Zine & Mobily؛ حيث يمثل مجتمع الدراسة جميع العاملين من الإدارات العليا والوسطى والتشغيلية، ولتحديد حجم العينة نستند إلى قانون (Zikmund, 2003):

$$n = \left(\frac{ZS}{E} \right)^2$$

N حجم العينة.

S الانحراف المعياري 0.05

Z الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 95% وتساوي 1.96%.

E نسبة الخطأ وتساوي 5%.

ونظراً إلى صغر حجم مجتمع الدراسة فقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة الحصر الشامل لعاملِي شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية بواقع (384) مفردة، ولم يكتمل العدد ووصل الى (122) مفردة، حيث ان هناك مفردتين مفقودتان والجدول التالي يوضح مجتمع وعينة الدراسة على مستوى كل شركة:

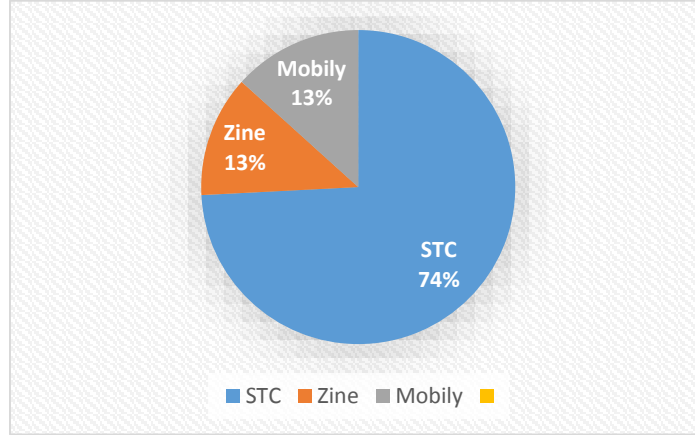
جدول 1-4: مجتمع وعينة الدراسة على مستوى كل شركة

اسم الشركة	عدد العاملين	نسبة العينة من الشركة	عدد الأفراد المطلوب	عدد الأفراد في الدراسة
STC	17000	74.17%	284.93	89
ZINE	2200	12.50%	48.02	15
MOBAILY	3645	13.33 %	51.20	16

2. التحليل الوصفي لعينة الدراسة

هنا سيتم تفصيل توزيع أفراد عينة البحث حسب المتغيرات الديموغرافية كالتالي:

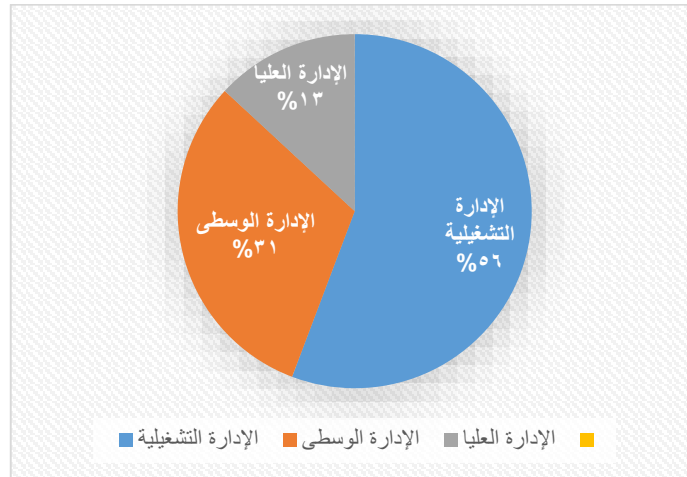
رسم توضيحي 1-4: توزيع العينة حسب الشركة



يشير الشكل السابق إلى أن عدد أفراد العينة من حيث الشركة (89) من شركة إس تي سي بنسبة بلغت (73%)، و(15) من شركة زين بنسبة بلغت (12.3%)، و(16) من شركة موبيلي بنسبة بلغت (13.1%).

وقد تمت الإشارة إلى عدد الأفراد في كل شركة في الجدول (4) (حجم العينة)

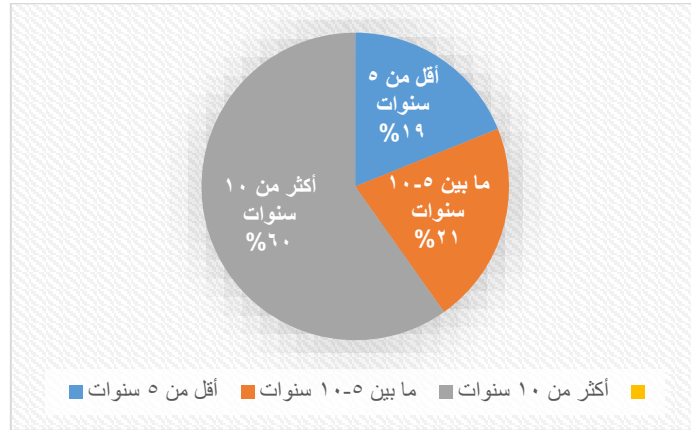
رسم توضيحي 2-4: توزيع العينة حسب المستوى الإداري



يبلغ عدد أفراد العينة من حيث الإدارة التشغيلية (68) بنسبة تبلغ (55.7%)، و(38) الإدارة الوسطى بنسبة (31.1%)،

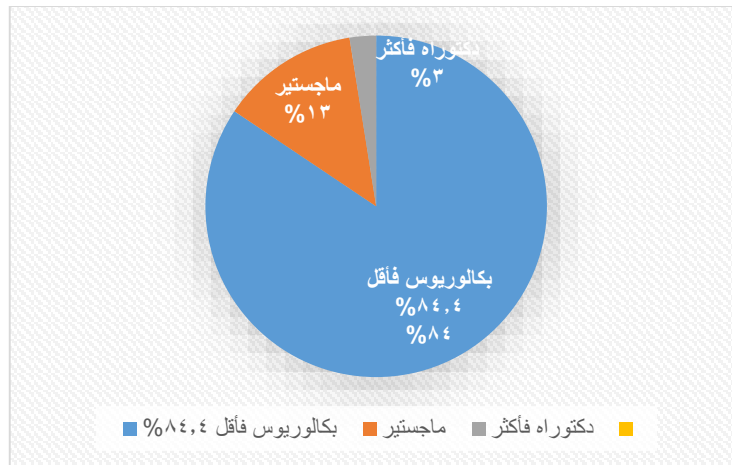
بينما يبلغ عدد أفراد العينة في الإدارة العليا (16) بنسبة (13.1%)

رسم توضيحي 3-4: توزيع العينة حسب الخبرة المهنية



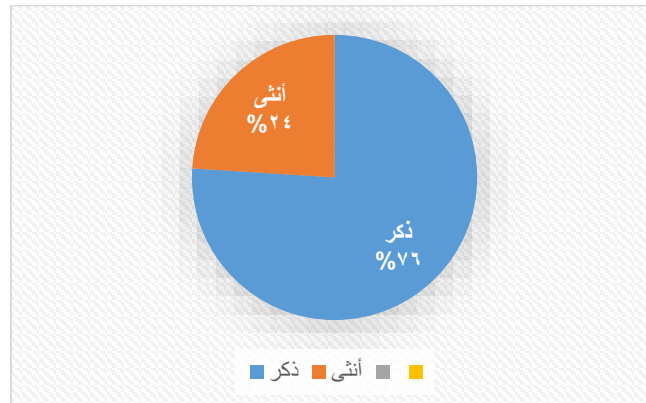
حيث يمثل عدد أفراد العينة أقل من خمس سنوات (23) بنسبة تبلغ (18.9%)، و(26) ما بين خمسة إلى عشر سنوات بنسبة (21.3%)، و(73) أكثر من عشر سنوات بنسبة (59.8%).

رسم توضيحي 4-4: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



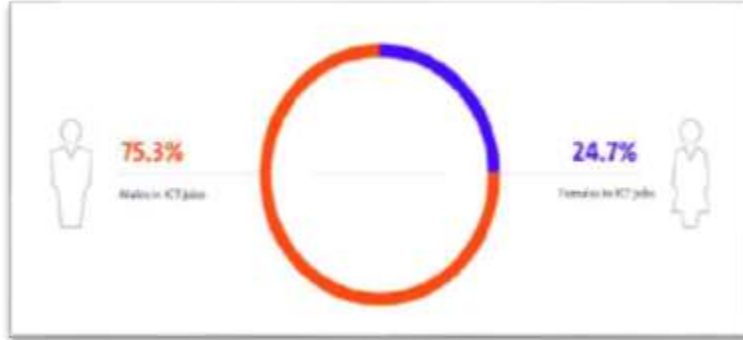
يبلغ عدد البكالوريوس فأقل (103) بنسبة (84.4%)، و(16) ماجستير بنسبة (13.1%)، بينما يمثل عدد أفراد الدكتوراه فأكثر (3) بنسبة تبلغ (2.5%)؛ حيث من المرجح أن تعود هذه النسبة إلى الإدارة العليا.

رسم توضيحي 5-4 : توزيع أفراد العينة حسب النوع أو الجنس



حيث يبلغ عدد أفراد العينة من حيث الجنس (92) من الذكور بنسبة تبلغ (75,4%) و(29) من الإناث بنسبة (23,8%)، وبحسب مركز استشراف التقنية ووزارة الاتصالات وتقنية المعلومات (2021) قفزت نسبة مشاركة المرأة خلال السنوات الثلاث الماضية إلى 24,7% في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من إجمالي القوى العاملة بحسب إحصاءات وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية لعام 2020 م، والشكل التالي يوضح ذلك:

رسم توضيحي 4-6: وظائف الاتصالات وتقنية المعلومات حسب الجنس في المملكة العربية السعودية



المصدر: تحليل مركز استشراف التقنية استناداً إلى: (Eurostat, 2021) (وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية،

2021) (الهيئة العامة للإحصاء 2020)

5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

1.5. التحليل الأحادي لعبارات الاستبانة:

وذلك من خلال تحليل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات من خلال تقييم المتوسطات حسب مقياس

ليكرت كما يأتي:

جدول 5-1: تقييم المتوسطات حسب مقياس ليكرت

التقييم	المتوسط الحسابي للعبارة أو المتوسط الوزني للبعد أو المجال
منخفض جداً	أقل من 1.8
منخفض	من 1.8 إلى أقل من 2.6
متوسط	من 2.6 إلى أقل من 3.4
عالٍ	من 3.4 إلى أقل من 4.2
عالٍ جداً	من 4.2 إلى أقل من 5.0

ومن خلال ملاحظة الجدول أدناه تبيّن أن كل العبارات تتميز بوسط حسابي عالٍ؛ حيث إن العبارات الأربع الأولى للقيادة التحويلية تتراوح بين 4,19 و4,1 والعبارتين الأخيرتين كان هناك تساوي في المتوسط الحسابي، وكانت الأولوية للبعد صاحب الانحراف المعياري الأقل بدرجة 1,18، وبالنسبة إلى بقية العبارات تتميز بمستوى عالٍ فقط؛ حيث تميزت عبارة الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر بأعلى متوسط بلغ 3,85، وبالنسبة إلى الانحراف المعياري فهو معتدل بالنسبة إلى كل العبارات.

جدول 5-1: تحليل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات

	N	Maximum	Mean	Std. Deviation	Minimum
القائد يعطي رؤية بيئية واضحة للمرؤوسين لاتباعها	122	5.00	4.1721	1.14048	1.00
القائد يلهم المرؤوسين بالخطط البيئية	122	5.00	4.1885	1.09342	1.00
القائد يجعل المرؤوسين يعملون كفريق لتحقيق الأهداف البيئية نفسها	122	5.00	4.1803	1.10608	1.00
القائد يحفز الموارد البشرية للوصول وتحقيق الأهداف البيئية	122	5.00	4.0082	1.20944	1.00
القائد يتصرف بشكل يراعي القيم البيئية لدى الأفراد	122	5.00	3.9672	1.21243	1.00
القائد يحفز وينشط الأفراد لتقديم أفكار خضراء تراعي البيئة	122	5.00	3.9672	1.17786	1.00
تختار الشركة المكونات التي تنتج أقل قدر من التلوث لإجراء تطوير على المنتجات أو الخدمات أو تصميمها	122	5.00	3.7705	1.21823	1.00
تختار الشركة المكونات التي تستهلك أقل قدر من الطاقة والموارد لإجراء تطوير المنتجات أو الخدمات أو تصميمها	122	5.00	3.9098	1.09849	1.00
تستخدم الشركة أقل عدد من المكونات لإعداد المنتج أو الخدمة عند تطوير المنتجات أو الخدمات أو تصميمها	122	5.00	3.9262	1.15113	1.00
تناقش الشركة بشكل مستمر إمكانية ما إذا كانت المواد التي تدخل في تقديم الخدمات والمنتجات سهلة في إعادة التدوير وإعادة الاستخدام	122	5.00	3.7787	1.28894	1.00
تقلل عمليات الشركة بشكل فعال من انبعاث المواد الخطرة أو النفايات	122	5.00	3.8934	1.13405	1.00
تقوم عمليات الشركة بإعادة تدوير النفايات التي تسمح بمعالجتها وإعادة استخدامها	122	5.00	3.7787	1.24987	1.00
تقلل عمليات الشركة من استهلاك الموارد والطاقات	122	5.00	3.8033	1.15450	1.00
تقلل عمليات الشركة من استخدام المواد الخام والمكونات	122	5.00	3.7869	1.14437	1.00
قامت شركتنا بنشر وتعميم استخدام أحدث التقنيات الخضراء	122	5.00	3.8033	1.22400	1.00
تستغل شركتنا باستمرار إمكانيات التكنولوجيا التي تحافظ على البيئة	122	5.00	3.9180	1.13974	1.00
تمتلك شركتنا وحدة داخلية للبحث والتطوير (D & R)	122	5.00	3.9426	1.17339	1.00
استفادت شركتنا بشكل كبير من التكنولوجيا الخضراء	122	5.00	3.7869	1.18691	1.00

2.5. ثبات أداة الدراسة:

وهو قدرة وثبات أداة الاستبيان على إعطاء النتائج نفسها حتى لو تكرر القياس على أفراد عينة الدراسة أكثر من مرة في الظروف نفسها، والثبات في أغلب حالاته هو معامل الارتباط، ويقصد بالثبات مدى ارتباط نتائج القياس المتكررة لأداة الدراسة، وسيتم التأكد من ثبات الاستبانة باستعمال طريقتين كالآتي:

أ. حساب معامل ألفا كرونباخ

جدول 3-5: معامل ثبات البناءات أو المتغيرات

معامل ألفا كرونباخ	البعد
0,954	القيادة التحويلية الخضراء
0,918	نتائج الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر
0,913	نتائج الابتكار في العمليات الخضراء
0,935	الابتكار في التكنولوجيا الخضراء
0,968	الابتكار المستدام

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق ما يأتي: أن كل البناءات أو المتغيرات تتمتع بمعامل ثبات عالٍ يتراوح بين 0,913 و0,968 بالنسبة إلى أبعاد الاستبانة الأربعة، كما وصل بالنسبة إلى المتغير المستقل (القيادة التحويلية الخضراء) إلى 0,954، كما بلغ بالنسبة إلى المتغير التابع (الابتكار المستدام) إلى 0,968 وهو ما يعكس مستوى عالياً من الثبات وإمكانية الاعتماد على الاستبانة.

ب. حساب ثبات الاستبانة من خلال التجزئة النصفية

تعتمد هذه الصيغة على حساب معامل الارتباط بيرسون بين نصفي الاختبار، ثم إدخال معامل الثبات باستخدام صيغة سيبرمان-براون للحصول على القيمة المصححة لمعامل ثبات الاختبار الكلي، وعند تطبيق معامل الارتباط لنصفي الاختبار تكتب الصيغة على النحو الآتي:

$$P_{xx'} = \frac{2 \rho_{AB}}{1 + \rho_{AB}}$$

ρ_{AB} : معامل الارتباط المعدل للاختبار الكلي

$P_{xx'}$: معامل ارتباط نصفي الاختبار.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول 4-5: ثبات الاستبانة من خلال التجزئة النصفية

المجموعة	عدد العناصر	معامل ألفا كرونباخ	معامل ارتباط التجزئة النصفية
المجموعة الأولى: نتائج القيادة التحويلية الخضراء	6	0,954	0,897

0,825	0,918	4	المجموعة الثانية: نتائج الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر
0,844	0,913	4	المجموعة الثالثة: نتائج الابتكار في العمليات الخضراء
0,887	0,935	4	المجموعة الرابعة: الابتكار في التكنولوجيا الخضراء
0,848	0,968	12	المجموعة الخامسة: الابتكار المستدام

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS

3.5. صدق أداة الاستبانة:

أ. صدق الاتساق الظاهري

تم التحقق من الصدق الظاهري للاستبانة من خلال عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في تخصص إدارة الأعمال، وذلك بعد إعداد الأداة بصورتها الأولية، من أجل الحكم على الاستبانة من جانبيين: وضوح وتناسق العبارات، وانتماء الفقرات إلى المحاور والأبعاد المحددة، وتمت المحافظة على كل العبارات السابقة الذكر، باعتبارها مقتبسة - في الأصل- من أبحاث علمية؛ بحيث تم استخدام هذه المقاييس لأكثر من ألف مرة؛ ما يعطي العبارات والمتغيرات مصداقية واعتمادية عالية جداً.

ب. صدق الاتساق الداخلي للعناصر

يقيس درجة مصداقية النتائج المحققة لكل بند من بنود الاستقصاء، والذي يعتمد في المقام الأول على معامل الارتباط، ومن ثم فممن الضروري أن يكون المعيار الأساسي هو اختبار لمعنوية معامل الارتباط. توضح الجداول التالية الصدق الداخلي للعبارات مع البعد الذي تمثله في الاستبانة التي تظهر اتساقاً عالياً لكل العبارات مع المحور والبعد الممثلة له.

الصدق الداخلي لعناصر المجموعة الأولى: (بعد القيادة التحويلية الخضراء)

يوضح الجدول (5-5) نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعد القيادة التحويلية الخضراء

جدول 5-5: نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعد القيادة التحويلية الخضراء

م	عناصر بُعد القيادة التحويلية الخضراء	معامل الاتساق الداخلي (معامل الارتباط)	المعنوية
1	القائد يعطي رؤية بيئية واضحة للمرؤوسين لاتباعها	.892**	أقل من 0,01
2	القائد يلهم المرؤوسين بالخطط البيئية	.898**	أقل من 0,01
3	القائد يجعل المرؤوسين يعملون كفريق لتحقيق الأهداف البيئية نفسها	.915**	أقل من 0,01
4	القائد يحفز الموارد البشرية للوصول وتحقيق الأهداف البيئية	.871**	أقل من 0,01
5	القائد يتصرف بشكل يراعي القيم البيئية لدى الأفراد	.929**	أقل من 0,01
6	القائد يحفز وينشط الأفراد لتقديم أفكار خضراء تراعي البيئة	.914**	أقل من 0,01

** تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0,01

أكدت نتائج الجدول السابق صلاحية جميع العناصر الخاصة ببعيد القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث أكدت ذلك قيم معاملات الارتباط، وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوى 0,01.

الصدق الداخلي لعناصر المجموعة الثانية: (بعد الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر)

يوضح الجدول (5-6) نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعيد الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر

جدول 5-6: نتائج صلاحية واعتمادية بعيد الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر

م	عناصر بعيد الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر	معامل الاتساق الداخلي	المعنوية
1	تختار الشركة المكونات التي تنتج أقل قدر من التلوث لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها	.915**	أقل من 0,01
2	تختار الشركة المكونات التي تستهلك أقل قدر من الطاقة والموارد لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها	.890**	أقل من 0,01
3	تستخدم الشركة أقل عدد من المكونات لإعداد المنتج أو الخدمة عند تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها	.920**	أقل من 0,01
4	تناقش الشركة بشكل مستمر إمكانية ما إذا كانت المواد التي تدخل في تقديم الخدمات والمنتجات سهلة في إعادة التدوير، وإعادة الاستخدام.	.868**	أقل من 0,01

** تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

أكدت نتائج الجدول السابق صلاحية جميع العناصر الخاصة ببعيد الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر؛ حيث أكدت ذلك قيم معاملات الارتباط، وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوى 0.01.

الصدق الداخلي لعناصر المجموعة الثالثة: (بعد الابتكار في العمليات الخضراء)

يوضح الجدول الآتي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعيد الابتكار في العمليات الخضراء.

جدول 5-7: نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعيد الابتكار في العمليات الخضراء

م	عناصر بعيد الابتكار في العمليات الخضراء	معامل الاتساق الداخلي	المعنوية
1	تقلل عمليات الشركة بشكل فعال من انبعاث المواد الخطرة أو النفايات	.861**	أقل من 0,01
2	تقوم عمليات الشركة بإعادة تدوير النفايات التي تسمح بمعالجتها وإعادة استخدامها	.903**	أقل من 0,01
3	تقلل عمليات الشركة من استهلاك الموارد والطاقات	.919**	أقل من 0,01
4	تقلل عمليات الشركة من استخدام المواد الخام والمكونات	.882**	أقل من 0,01

** تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

أكدت نتائج الجدول السابق صلاحية جميع العناصر الخاصة ببعيد الابتكار في العمليات الخضراء؛ حيث أكدت ذلك قيم معاملات الارتباط، وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوى 0,01

الصدق الداخلي لعناصر المجموعة الرابعة: (بعد الابتكار في التكنولوجيا الخضراء)
يوضح الجدول التالي نتائج صلاحية واعتمادية بيعد الابتكار في التكنولوجيا الخضراء

جدول 5-8: نتائج صلاحية واعتمادية بيعد الابتكار في التكنولوجيا الخضراء

م	عناصر بيعد الابتكار في التكنولوجيا الخضراء	معامل الاتساق الداخلي	المعنوية
1	قامت شركتنا بنشر وتعميم استخدام أحدث التقنيات الخضراء	.924**	أقل من 0.01
2	تستغل شركتنا باستمرار إمكانيات التكنولوجيا التي تحافظ على البيئة	.893**	أقل من 0.01
3	تمتلك شركتنا وحدة داخلية للبحث والتطوير (R & D)	.901**	أقل من 0.01
4	استفادت شركتنا بشكل كبير من التكنولوجيا الخضراء	.942**	أقل من 0.01

** تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

أكدت نتائج الجدول السابق صلاحية جميع العناصر الخاصة ببيعد الابتكار في التكنولوجيا الخضراء؛ حيث أكدت ذلك

قيم معاملات الارتباط، وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوى 0.01.

ت. صدق الاتساق البنائي

يعد صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة؛ حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة إلى

الوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان
مجتمعة، والجدول أدناه يبين ذلك:

جدول 5-9: نتائج صلاحية واعتمادية بيعد الابتكار المستدام

م	محاور الابتكار المستدام	معامل الاتساق الداخلي	المعنوية
1	الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر	.947**	أقل من 0.01
2	الابتكار في العمليات الخضراء	.958**	أقل من 0.01
3	الابتكار في التكنولوجيا الخضراء	.954**	أقل من 0.01

** تشير إلى معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

أكدت نتائج الجدول السابق صلاحية جميع المحاور الخاصة بالابتكار المستدام؛ حيث أكدت ذلك قيم معاملات الارتباط،

وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوى 0.01.

4.5. اختبار فرضيات الدراسة:

الفرض الرئيس الأول:

يوجد نضج عالٍ في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات

الاستبانة المتعلقة بمستوى النضج في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ثم تم حساب

المتوسطات والانحرافات المعيارية لهذه الاستجابات وذلك لتحديد مستوى النضج في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات

في المملكة العربية السعودية.

فكانت النتائج كما هي موضحة أدناه:

جدول 5-2: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مستوى النضج في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الترتيب	مستوى النضج	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	
1	عالٍ	83.8%	1.09	4.19	القائد يلهم المرؤوسين بالخطط البيئية
2	عالٍ	83.6%	1.11	4.18	القائد يجعل المرؤوسين يعملون كفريق لتحقيق الأهداف البيئية نفسها
3	عالٍ	83.4%	1.14	4.17	القائد يعطي رؤية بيئية واضحة للمرؤوسين لاتباعها
4	عالٍ	80.2%	1.21	4.01	القائد يحفز الموارد البشرية للوصول وتحقيق الأهداف البيئية
5	عالٍ	79.3%	1.18	3.97	القائد يحفز وينشط الأفراد لتقديم أفكار خضراء تراعي البيئة
6	عالٍ	79.3%	1.21	3.97	القائد يتصرف بشكل يراعي القيم البيئية لدى الأفراد
	عالٍ	81.6%	1.04	4.08	القيادة التحويلية الخضراء

الفرض الرئيس الثاني:

يوجد توجيه معتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات الاستبانة المتعلقة بمستوى التوجيه المعتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ثم تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لهذه الاستجابات وذلك لتحديد مستوى التوجيه المعتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

فكانت النتائج كما هي موضحة أدناه:

جدول 5-11: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول التوجيه المعتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الترتيب	مستوى التوجيه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	حجم العينة	
1	عالٍ	77.3%	1.081	3.863	122	الابتكار في التكنولوجيا الخضراء
2	عالٍ	76.9%	1.068	3.846	122	الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر
3	عالٍ	76.3%	1.044	3.816	122	الابتكار في العمليات الخضراء
	عالٍ	76.8%	1.014	3.842	122	الابتكار المستدام

ويتفرع من هذا الافتراض ثلاث فرضيات فرعية وهي:

- يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
- يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

جدول 5-12: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول التوجيه

المعتبر نحو الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الترتيب	مستوى التوجيه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	
1	عالٍ	78.5%	1.15	3.93	تستخدم الشركة أقل عدد من المكونات لإعداد المنتج أو الخدمة عند تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها
2	عالٍ	78.2%	1.10	3.91	تختار الشركة المكونات التي تستهلك أقل قدر من الطاقة والموارد لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها
3	عالٍ	75.6%	1.29	3.78	تناقش الشركة بشكل مستمر إمكانية ما إذا كانت المواد التي تدخل في تقديم الخدمات والمنتجات سهلة في إعادة التدوير وإعادة الاستخدام.
4	عالٍ	75.4%	1.22	3.77	تختار الشركة المكونات التي تنتج أقل قدر من التلوث لإجراء تطوير المنتجات والخدمات أو تصميمها
	عالٍ	76.9%	1.07	3.85	الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر

الفرضية الفرعية الثانية:

يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

جدول 5-13: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول التوجيه المعتبر

نحو الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الترتيب	مستوى النضج	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	
1	عالٍ	77.9%	1.13	3.89	تقلل عمليات الشركة بشكل فعال من انبعاث المواد الخطرة أو النفايات
2	عالٍ	76.1%	1.15	3.80	تقلل عمليات الشركة من استهلاك الموارد والطاقة

3	عالٍ	75.7%	1.14	3.79	تقلل عمليات الشركة من استخدام المواد الخام والمكونات
4	عالٍ	75.6%	1.25	3.78	تقوم عمليات الشركة بإعادة تدوير النفايات التي تسمح بمعالجتها وإعادة استخدامها
	عالٍ	76.3%	1.04	3.82	الابتكار في العمليات الخضراء

الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد توجيه معتبر نحو الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

جدول 6-14: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول التوجيه المعتبر نحو الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الترتيب	مستوى النضج	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	
1	عالٍ	78.9%	1.17	3.94	تمتلك شركتنا وحدة داخلية للبحث والتطوير (D & R).
2	عالٍ	78.4%	1.14	3.92	تستغل شركتنا باستمرار إمكانيات التكنولوجيا التي تحافظ على البيئة
3	عالٍ	76.1%	1.22	3.80	قامت شركتنا بنشر وتعميم استخدام أحدث التقنيات الخضراء
4	عالٍ	75.7%	1.19	3.79	استفادت شركتنا بشكل كبير من التكنولوجيا الخضراء
	عالٍ	77.3%	1.08	3.86	الابتكار في التكنولوجيا الخضراء

الفرضية الرئيسية الثالثة:

القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

للتحقق من هذا الافتراض فقد تم استخدام النموذج الخطي العام (GLM) الذي يمكن استخدامه عند تعدد المتغيرات التابعة والمستقلة؛ إذ يشير الفرض العدمي إلى عدم وجود تأثير معنوي للقيادة التحويلية بأبعادها المختلفة على الإبداع المستدام والمتمثل في كلٍّ من (الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر، والابتكار في العمليات الخضراء، والابتكار في التكنولوجيا الخضراء)، بينما يشير الفرض البديل إلى وجود تأثير معنوي للقيادة التحويلية بأبعادها المختلفة على الإبداع المستدام والمتمثل في كلٍّ من (الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر، والابتكار في العمليات الخضراء، والابتكار في التكنولوجيا الخضراء)، وكانت النتائج كما يأتي:

جدول 5-15: تأثير متغيرات الدراسة على الإبداع المستدام باستخدام تحليل التباين متعدد المتغيرات

حجم التأثير	الدلالة	F	التقدير	Effect	
0.93	0.00	437.918	0.93	Pillai's Trace	الثابت
0.93	0.00	437.918	0.07	Wilks' Lambda	
0.93	0.00	437.918	13.27	Hotelling's Trace	
0.93	0.00	437.918	13.27	Roy's Largest Root	
0.33	0.00	2.49	0.99	Pillai's Trace	القيادة التحويلية الخضراء
0.38	0.00	3.05	0.24	Wilks' Lambda	
0.44	0.00	3.78	2.32	Hotelling's Trace	
0.66	0.00	9.689	1.92	Roy's Largest Root	

$$\alpha = 0.05$$

بالنسبة إلى الثابت

يوضح الجدول السابق معنوية ثابت التقدير والذي يرجع إلى العوامل الأخرى غير المضمنة في النموذج؛ إذ بلغت القيمة الدلالية له باستخدام جميع الاختبارات الخاصة بالانحدار المتعدد MANOVA (Pillai's Trace و Wilks' Lambda و Hotelling's Trace و Roy's Largest Root) ما قدره (0.000) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن ثابت التقدير له تأثير معنوي على الإبداع المستدام ومقدار هذا التأثير هو 93%.

بالنسبة إلى القيادة التحويلية الخضراء

يوضح الجدول السابق معنوية القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث بلغت القيمة الدلالية لها باستخدام جميع الاختبارات الخاصة بالانحدار المتعدد MANOVA (Pillai's Trace و Wilks' Lambda و Hotelling's Trace و Roy's Largest Root) ما قدره (0.000) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن القيادة التحويلية الخضراء لها تأثير معنوي على الإبداع المستدام، ومقدار هذا التأثير 38.7% باستخدام اختبار Wilks' Lambda. وتظهر إشارة التقدير موجبة دليلاً على أن القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وذلك بدرجة ثقة 95%.

ويتفرع من هذا الفرض الرئيس ثلاثة فروض فرعية:

الفرض الأول HO₁: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرض الثاني HO₂: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرض الثالث HO₃: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفرض الأول HO₁: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من هذا الافتراض تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يأتي:

جدول 5-16: تأثير القيادة التحويلية الخضراء على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر

معامل التحديد	القيمة الدلالية	T	التقدير المعياري	التقدير		
			القيمة	الخطأ المعياري	القيمة	
0.533	0.003	2.987	-	0.269	0.803	الثابت
	0.000	11.691	0.730	0.064	0.746	القيادة التحويلية الخضراء

$$\alpha = 0.05$$

- بالنسبة إلى الثابت

يوضح الجدول السابق معنوية ثابت التقدير الذي يرجع إلى العوامل الأخرى غير المضمنة في النموذج؛ حيث بلغت القيمة الدلالية له باستخدام الانحدار البسيط ما قدره (0.003) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن ثابت التقدير له تأثير معنوي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر.

- بالنسبة إلى القيادة التحويلية الخضراء

يوضح الجدول السابق معنوية القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث بلغت القيمة الدلالية لها باستخدام اختبار الانحدار البسيط ما قدره (0.000) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن القيادة التحويلية الخضراء لها تأثير معنوي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر، وتظهر معامل التقدير موجبة دليلاً على أن القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وذلك بدرجة ثقة 95%، وبذلك نقبل الفرض البديل وهو أن القيادة التحويلية الخضراء تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر.

الفرض الفرعي الثاني HO₂: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من هذا الافتراض فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يأتي:

جدول 6-17: تأثير القيادة التحويلية الخضراء على الابتكار في العمليات الخضراء

معامل التحديد	القيمة الدلالية	T	التقدير		الثابت
			التقدير المعياري القيمة	الخطأ المعياري القيمة	
0.483	0.001	3.550	-	0.276	0.980
	0.000	10.597	0.695	0.066	0.695

$$\alpha = 0.05$$

- بالنسبة إلى الثابت

يوضح الجدول السابق معنوية ثابت التقدير الذي يرجع إلى العوامل الأخرى غير المضمنة في النموذج؛ حيث بلغت القيمة الدلالية له باستخدام الانحدار البسيط ما قدره (0.001) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن ثابت التقدير له تأثير معنوي على الابتكار في العمليات الخضراء.

- بالنسبة إلى القيادة التحويلية الخضراء

يوضح الجدول السابق معنوية القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث بلغت القيمة الدلالية لها باستخدام اختبار الانحدار البسيط ما قدره (0.000) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن القيادة التحويلية الخضراء لها تأثير معنوي على الابتكار في العمليات الخضراء، وتظهر معامل التقدير موجبة دليلاً على أن القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وذلك بدرجة ثقة 95%، وبذلك نقبل الفرض البديل وهو أن القيادة التحويلية الخضراء تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في العمليات الخضراء.

الفرض الفرعي الثالث HO3: القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من هذا الافتراض فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يأتي:

جدول 6-18: تأثير القيادة التحويلية الخضراء على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء

معامل التحديد	القيمة الدلالية	t	التقدير		الثابت
			التقدير المعياري القيمة	الخطأ المعياري القيمة	
0.507	0.003	3.064		0.279	0.856
	0.000	11.106	0.712	0.066	0.737

$$\alpha = 0.05$$

- بالنسبة إلى الثابت

يوضح الجدول السابق معنوية ثابت التقدير الذي يرجع إلى العوامل الأخرى غير المضمنة في النموذج؛ حيث بلغت القيمة الدلالية له باستخدام الانحدار البسيط ما قدره (0.003) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن ثابت التقدير له تأثير معنوي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء.

- بالنسبة إلى القيادة التحويلية الخضراء

يوضح الجدول السابق معنوية القيادة التحويلية الخضراء؛ حيث بلغت القيمة الدلالية لها باستخدام اختبار الانحدار البسيط ما قدره (0.000) وهي أقل من 5%؛ ما يعني أن القيادة التحويلية الخضراء لها تأثير معنوي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء، وتظهر معامل التقدير موجبة دليلاً على أن القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وذلك بدرجة ثقة 95%، وبذلك نقبل الفرض البديل وهو أن القيادة التحويلية الخضراء تؤثر بشكل إيجابي على ابتكار التكنولوجيا الخضراء.

6. الخاتمة العامة

1.6. عرض نتائج الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى قياس مدى تأثير القيادة التحويلية الخضراء على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات، وهدفت الدراسة إلى بناء نموذج نظري وطبقته على عينة ممثلة من مختلف شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وبالنسبة إلى نتائج اختبار فروض الدراسة فيمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

النتيجة	الفرضية
مقبولة	الفرضية الرئيسية الأولى (H1): يوجد نضج عالٍ في القيادة التحويلية في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
مقبولة	الفرضية الرئيسية الثانية (H2): يوجد توجيه معتبر نحو الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
مقبولة	الفرضية الرئيسية الثالثة (H3): القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الإبداع المستدام في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
مقبولة	الفرضية الفرعية الأولى (H3.1): القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في المنتج (الخدمة) الأخضر في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.
مقبولة	الفرضية الفرعية الثانية (H3.2): القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في العمليات الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
مقبولة	الفرضية الفرعية الثالثة (H3.3): القيادة التحويلية بأبعادها المختلفة تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار في التكنولوجيا الخضراء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

كشفت نتائج اختبار الفرضيات عن قبول كل الفرضيات وهو ما يتوافق مع أعمال الباحثين (Singh et al.,2020) و (Begum et al.,2021) (Zhang et al.,2020)، و (Chen et al.,2014) يتوافق مع الفرض الأول في أن القيادة التحويلية الخضراء هي محرك أساسي للبيئة الخضراء من خلال تعزيز الإبداع الأخضر للموظفين.

2.6. توصيات ومقترحات الدراسة:

- يتعين على شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية المحافظة على نمط القيادة التحويلية المستخدم؛ مما يساعد على زيادة ولاء الموظفين وتعزيز الابتكار الأخضر.
- المحافظة على تدريب وتحفيز الموظفين لتعزيز الابتكار الأخضر والأداء البيئي للشركة.
- يتعين على الشركات استغلال الابتكار الأخضر للتميز ووضع منتجاتها في موضع يمكّنها من اغتنام الفرص الخضراء.
- يجب على الشركات أن يكون لها دور استباقي في تطوير الابتكار المستدام من أجل المحافظة على بيئة الأجيال القادمة.

3.6. مقترحات لأبحاث مستقبلية:

- دور القيادة التحويلية الخضراء على الموارد البشرية الخضراء في وزارة المياه منطقة عسير.
- دراسة أثر التنمية الخضراء على شركة أسمنت الجنوب في منطقة عسير.
- القيادة التحويلية الخضراء والإبداع: الدور الوسيط للابتكار الأخضر في شركة الزيت العربية السعودية (أرامكو).

7. قائمة المصادر والمراجع

1.7. المراجع العربية:

- أبو النصر، مدحت، (2004)، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمؤسسة، مجموعة النيل العربية للنشر.
- خلف، محمد كريم، (2010)، علاقة القيادة التحويلية بالإبداع الإداري لدى رؤساء الأقسام الأكاديميين في الجامعة الإسلامية بغزة [رسالة ماجستير غير منشورة]، الجامعة الإسلامية.
- داعر، وسيلة، (2015)، دور الأنماط القيادية في تنمية الإبداع الإداري: دراسة حالة مجمع صيدال [رسالة دكتوراه، جامعة محمد خيضر]، بسكرة.
- الدليمي، عراك عبود عمير، وصلاح، أحمد ضياء الدين، (2018)، الإبداع الأخضر إستراتيجية فاعلة لمواجهة تحديات تحقيق الاستدامة البيئية لمنظمات الأعمال، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، 102-87.
- الدهان، أميمة، (1989)، الإبداع والسلوك الإبداعي للعاملين في المنظمة، تنمية الراقدين، 11-47.
- الربيعي، خلود هادي، حسين عبد الجبار نجم، (2018)، دور القيادة التحويلية في تحقيق الإبداع، المؤتمر العلمي الأول-بحث استطلاعي لآراء عينة من المسؤولين في ديوان وزارة التربية العراقية، العراق.
- الرشيدي، نواف خلف الخرينج، (2018)، التدريب والإبداع الإداري للعاملين، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، 587-531.

- رباعي، رنده، (2011-2012)، دور القيادة التحويلية في تحقيق الإبداع التنظيمي دراسة حالة: المؤسسة الأوراسية للغزل والأغطية بعين جاسر-باتنة، جامعة محمد خيضر-بسكرة-.
- زرقوط، حميدة، (2020-2021)، فعالية القيادة التحويلية في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين، جامعة أم البواقي.
- السرхан، عطا الله فهد، (2005)، دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا.
- السعيد، كرار فاضل خلف، (2020)، الاستدامة الموجهة نحو ممارسات الإبداع ودورها في تعزيز الابتكار البيئي من خلال الدور الوسيط للقيادة التحويلية الخضراء في الشركات النفطية: دراسة حالة في شركة نفط البصرة، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، 50-68.
- عبد الهادي، نورهان زين عبد الله، (2020)، أثر القيادة التحويلية على التميز في المنتجات: دراسة ميدانية على قطاع الصناعات الغذائية لجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 1461-1431.
- العلاق، بشير، (2019)، القيادة الإدارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العايش، زيد عبد الفتاح، (2010)، أثر نمط القيادة التحويلية على التعلم التنظيمي [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة مؤتة.
- عمار، قصي علي، غالية نعيان سراقبي، (2018)، دور القيادة التحويلية في تنمية الإبداع الإداري: دراسة ميدانية على المصارف التجارية السورية في محافظة حماة، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 443-425.
- علي، محمد أحمد الخليفة، (2018)، أثر القيادة التحويلية في إبداع العاملين: دراسة ميدانية بالتطبيق على جامعة البحر الأحمر، مجلة جامعة البحر الأحمر للعلوم الإنسانية، 160-145.
- القحطاني، سالم سعيد، (2003)، القيادة الإدارية: التحول نحو نموذج القيادي العالمي، كلية الملك فهد الأمنية - مركز البحوث والدراسات.
- القماش، عبير، والجهني، أريج، (2020)، نظريات القيادة واتخاذ القرارات، مجلة كلية التربية، 5-31.
- ماجد، زيد صادق، (2014)، الأنماط القيادية وتأثيرها في الالتزام التنظيمي من خلال تمكين العاملين: دراسة ميدانية في عينة من المؤسسات الحكومية العراقية [أطروحة ماجستير]، جامعة بغداد.
- متولي، أحمد حسن، وشحاته، حسام سعيد، (2019)، دراسة العلاقة بين نمط القيادة التحويلية وسلوك المواطن التنظيمي في الفنادق المصرية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (JAAUTH)، 149-162.
- المعاينة، عبد العزيز عطا الله، (2014)، مستوى الإبداع لدى مديري ومديرات المدارس الثانوية الحكومية في المديرية العامة للتربية والتعليم في محافظة الكرك من وجهة نظرهم، مجلة العلوم التربوية والنفسية، 541-581.
- ابن منظور، محمد بن مكرم الإفريقي المصري، (711هـ)، لسان العرب (ط.3)، دار صادر للطباعة والنشر، م. 15.

2.7. المراجع الأجنبية:

- Avolio, B. J., Bass, B. M., & Jung, D. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership Questionnaire. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72, 441-462.
- Avolio, B. J., Zhu, W., & Bhatia, K.P. (2004). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. *J. Organ. Behave*, 25, 951-968
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. Collier Macmillan.
- Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational dynamics*, 18(3), 19-31.
- Bass, B. M., Avolio, B. J., Jung, D. I., & Berson, Y. (2003). Predicting Unit Performance by Assessing Transformational and Transactional Leadership. *Journal of Applied Psychology*, 88, 207-218.
<http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.88.2.207>
- Begum, S., Ashfaq, M., Xia, E., & Awan, U. (2022). Does green transformational leadership lead to green innovation? The role of green thinking and creative process engagement. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 580-597. <https://doi.org/10.1002/bse.2911>
- Bocken, N., Ritala, P., Albareda, L., & Verburg, R. (Eds.). (2019). *Innovation for Sustainability: Business Transformations Towards a Better World*. Springer.
- Burns, M. J. (1978). *Leader Ship*. Haper & row.
- Carmeli, A., Gelbard, R., & Reiter, P. R. (2013). Leadership, Creative Problem-Solving Capacity, and Creative Performance: The Importance of Knowledge Sharing. *Human Resource Management*, 52(1), 95-121. <https://doi.org/10.1002/hrm.21514>
- Chang, C.H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediation role of green innovation. *J. Bus. Ethics*, 104, 361-370.
- Chen, Y. S. (2011). Green organizational identity: sources and consequence. *Management decision*.

- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339.
<http://www.jstor.org/stable/25123881>
- Chen, Y.S., & Chang, C.H. (2013). The determinants of green product development performance: Green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. *J. Bus. Ethics*, 116, 107–119. DOI: [10.1007/s10551-012-1452-x](https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x)
- Chen, Y. S., Chang, C. H., & Lin, Y. H. (2014). Green transformational leadership and green performance: The mediation effects of green mindfulness and green self-efficacy. *Sustainability*, 6(10), 6604-6621.
- Ge, B., Yang, Y., Jiang, D., Gao, Y., Du, X., & Zhou, T. (2018). An empirical study on green innovation strategy and sustainable competitive advantages: Path and boundary. *Sustainability*, 10, 31-36.
- Li, Z., Liao, G., Wang, Z., & Huang, Z. (2018). Green loan and subsidy for promoting clean production innovation. *Journal of Cleaner Production*, 187, 421-431.
doi:[10.1016/j.jclepro.2018.03.066](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.066)
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Perspectives*, 17(2), 56-67.
- Mumford, M. D. (2000). Managing creative people: Strategies and tactics for innovation. *Human resource management review*, 10(3), 313-351.
- Northouse, P. G. (2014). *Introduction to leadership: Concepts and practice*. Sage.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). Avoiding green marketing myopia: Ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. *Environment: science and policy for sustainable development*, 48(5), 22-36.
- Samuel, C., Certo, S., & Trevis, C. (2016). *Modern Management Concepts And Skills*.
- Shamdasani, P., Chon-Lin, G. O., & Richmond, D. (1993). Exploring green consumers in an oriental culture: Role of personal and marketing mix factors. *ACR North American Advances*.

- Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119762.
- Song, W., & Yu, H. (2018). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green creativity and green organizational identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135-150.
- Sosik, J.J., Kahai, S.S., & Avolio, B.J. (1998). Transformational leadership and dimensions of creativity: Motivating idea generation in computer-mediated groups. *Creat. Res. J*, 11, 111–121.
- Takala, T. (2005). *Charismatic Leadership and Power. Problems and Perspectives in Management*.
- Tariq, A., Badir, Y. F., Safdar, U., Tariq, W., & Badar, K. (2019). Linking firms' life cycle, capabilities, and green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*. <https://doi.org/10.1108/JMTM-08-2018-0257>
- Varadarajan, R. (2017). Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 14-36.
- Verloop, J. (2004). *insight in innovation: managing innovation by understanding the factors for innovation*. Elsevier.
- Wang, M., Li, Y., & Liao, G. (2021). Research on the impact of green technology innovation on energy total factor productivity, based on Provincial Data of China. *Frontiers in Environmental Science*, 9, 219.
- Weng, H. H., Chen, Ja-Shen., & Chen, Pei-Ching. (2015). *Effects of Green Innovation on Environmental and Corporate Performance: A Stakeholder Perspective*.
<https://doi.org/10.3390/su7054997>

جميع الحقوق محفوظة © 2023، الباحثة/ ملاك عون محمد آل هذلول، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v5.52.8>