

استكشاف العلاقة بين الابداع البيئي والهوية الريادية من خلال الدور الوسيط للمعرفة الريادية: دراسة تحليلية لأراء عينة من قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة

Exploring the Relationship Between Environmental Creativity and Entrepreneurial Identity Through the Mediating Role of Entrepreneurial Knowledge: An Analytical Study of the Opinions of a Sample of Entrepreneurial Project Leaders at the Holy Shrine of Imam Hussein

سيف علي جاسم²

Saif Ali Jasim

جامعة الفرات الأوسط التقنية, المعهد التقني الديوانية

Al-Furat Al-Awsat Technical University
(ATU), Technical Institute of Dewaniya

saif.almofraje.idi@atu.edu.iq

عباس فاضل سلطان¹

Abbas Fadhil Sultan

مديرية الجنسية والأحوال المدنية في الديوانية

Directorate of Nationality and Civil
Status in Diwaniyah, Iraq

abbasfadel1978@gmail.com

مصطفى حامد عبد نور³

Mustafa Hamid Abdnoor

جامعة القادسية, كلية الإدارة والاقتصاد

University of Al-Qadisiyah, College of
Administration and Economics

mustafa.hameid@qu.edu.iq

المستخلص

يسعى البحث الحالي الى استكشاف العلاقة بين الابداع البيئي عبر ابعاده (الابداع البيئي التفاعلي, والابداع البيئي الاستباقي) والهوية الريادية بأبعادها (الهوية الداروينية, والهوية المجتمعية, والهوية التبشيرية) من خلال الدور الوسيط للمعرفة الريادية بواقع (السمات النفسية, والسمات الإدارية), في المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة, اذ تم توزيع (170) استبانة على عينة من قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة, واسترجع منها (155) استبانة, وبعد تبويب البيانات تبين ان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل بلغت (151), ومن اجل الوقوف على افضل النتائج تم استخدام حزميتين للتحليل هما (SPSS&AMOS.V.28) لوصف واختبار متغيرات الدراسة, وعلى اثر ذلك توصل البحث الى وجود علاقة ارتباط وتأثير مباشر وغير مباشر بين الابداع البيئي والمعرفة الريادية والهوية الريادية, ما يعني ان هناك تفاعل متبادل بين الابداع البيئي والهوية الريادية, فضلاً عن أن المعرفة الريادية تعد عنصراً حيويًا في تعزيز هذه الديناميكية, مما يسهم في تطوير بيئات عمل مبدعة ومستدامة, كما إن فهم هذه العلاقات يمكن أن يساعد في تطوير استراتيجيات أفضل للنمو والابتكار في المستقبل. إضافة الى اهتمام عينة البحث بتعزيز الابداع المستدام من خلال التركيز على الإبداع البيئي بشكل يسهم في تطوير حلول مبتكرة تركز على القضايا البيئية, مما يعزز من قدرة المشاريع على إنتاج منتجات وخدمات صديقة للبيئة. وهذا الابتكار يمكن أن يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية في السوق, حيث يزداد الطلب على الحلول المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الابداع البيئي, الهوية الريادية, المعرفة الريادية.

Abstract

The current research seeks to explore the relationship between environmental creativity across its dimensions (interactive environmental creativity and proactive environmental creativity) and entrepreneurial identity across its dimensions (Darwinian identity, community identity, and missionary identity), through the mediating role of entrepreneurial knowledge in terms of (psychological traits and

administrative traits) in the entrepreneurial projects of the Holy Shrine of Imam Hussein. (170) questionnaires were distributed to a sample of leaders of entrepreneurial projects of the Holy Shrine of Imam Hussein, (155) of which were retrieved. After tabulating the data, it was found that the number of questionnaires valid for analysis reached (151). In order to determine the best results, two analysis packages were used: (SPSS & AMOS.V.28) to describe and test the study variables. As a result, the research concluded that there is a correlation and a direct and indirect influence between environmental creativity, entrepreneurial knowledge, and entrepreneurial identity. This means that there is a mutual interaction between environmental creativity and entrepreneurial identity. In addition, entrepreneurial knowledge is a vital element in enhancing these. Dynamics contributes to the development of creative and sustainable work environments. Understanding these relationships can help develop better strategies for future growth and innovation. Furthermore, the research sample is interested in promoting sustainable creativity by focusing on eco-creativity, which contributes to the development of innovative solutions focused on environmental issues, enhancing projects' ability to produce environmentally friendly products and services. This innovation can lead to a competitive advantage in the market, where demand for sustainable solutions is increasing.

Keywords: Environmental creativity, entrepreneurial identity, entrepreneurial knowledge.

1. المقدمة

تعتبر القضايا البيئية من أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات الحديثة، حيث تبرز الحاجة الملحة إلى حلول مبتكرة تساهم في تحقيق التنمية المستدامة. وعلى هذا السياق يبرز مفهوم الإبداع البيئي كأداة حيوية لتطوير استراتيجيات فعالة لمواجهة هذه التحديات، من جهة أخرى، تمارس الهوية الريادية دوراً محورياً في تشكيل سلوك الأفراد والمنظمات تجاه الابتكار والاستدامة. كما تتزايد أهمية استكشاف العلاقة بين الإبداع البيئي والهوية الريادية في ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم، سواء على مستوى التغير المناخي أو التحولات الاقتصادية، ويمثل الإبداع البيئي القدرة على ابتكار حلول جديدة تساهم في حماية البيئة وتحسين جودة الحياة، بينما تعكس الهوية الريادية نظرة الأفراد للابتكار والمخاطر والفرص. وتأتي المعرفة الريادية كعامل وسيط، حيث تساهم في تمكين الأفراد من تطوير مهاراتهم وفهمهم للقضايا البيئية، مما يعزز من قدرتهم على تقديم حلول مبتكرة. ويسلط هذا البحث الضوء على الدور الذي تلعبه المعرفة الريادية في تعزيز الإبداع البيئي وتشكيل الهوية الريادية، مما يساهم في خلق بيئة ملائمة للابتكار والاستدامة. ويظهر أن العلاقة بين الإبداع البيئي والهوية الريادية تتأثر بشكل كبير بالمعرفة الريادية، التي تعمل كوسيط يعزز من قدرة الأفراد والمنظمات على مواجهة التحديات البيئية بطرق مبتكرة. فمن خلال فهم هذه الديناميات، يمكن تطوير استراتيجيات تعليمية وتدريبية تدعم هذا التفاعل وتساهم في بناء مجتمع أكثر استدامة، إذ إن تعزيز الهوية الريادية في ظل الإبداع البيئي لا يساهم فقط في تحسين الأداء البيئي، بل يعزز أيضاً من التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مما يجعل من الضروري تبني سياسات تدعم الابتكار المستدام في مختلف المجالات.

2. المنهجية العلمية

1-2 مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في موضوع الإبداع البيئي ودورها في رفع مستوى أداء قادة المشاريع الريادية للعتبة الحسينية المقدسة. وهنا يجب أن تمتلك أي منظمة هوية مميزة تعكس السمات والصفات الريادية التي تميزها وتمنحها الخصوصية عن المنظمات الأخرى. ويمكن صياغة مشكلة البحث بتساؤل رئيس مفاده (هل يمكن اعتبار المعرفة الريادية وسيطاً هاماً في العلاقة بين الإبداع البيئي والهوية الريادية لدى قادة المشاريع الريادية في العتبة الحسينية المقدسة؟ وما هي الآليات التي يتم من خلالها هذا التأثير؟) وتنبتق منه عدة أسئلة فرعية:

- أ. ما هي طبيعة العلاقة بين الإبداع البيئي والهوية الريادية لدى قادة المشاريع الريادية في العتبة الحسينية المقدسة، وما هو الدور الذي تلعبه المعرفة الريادية في هذه العلاقة؟
- ب. ما مدى يساهم الإبداع البيئي في تعزيز الهوية الريادية لدى قادة المشاريع الريادية في العتبة الحسينية المقدسة؟ وهل تلعب المعرفة الريادية دوراً وسيطاً في هذه العلاقة؟
- ت. ما هو أثر الإبداع البيئي على المعرفة الريادية لدى قادة المشاريع الريادية في العتبة الحسينية المقدسة؟ وكيف يؤثر ذلك بدوره على تطوير هويتهم الريادية؟

2-2 أهمية البحث

تبرز أهمية البحث من خلال أهمية الإبداع البيئي باعتباره عاملاً أساسياً لتوفير الطاقة والتخلص من النفايات ومنع التلوث، بالإضافة إلى أهمية الهوية الريادية من أجل الحفاظ على الموارد البيئية لضمان توجيه المؤسسات نحو تصميم منتجات تعتمد على المعرفة الريادية كما أن الاهتمام بهذا المجال له أهمية كبيرة تكمن في تحسين المؤسسة لأدائها البيئي.

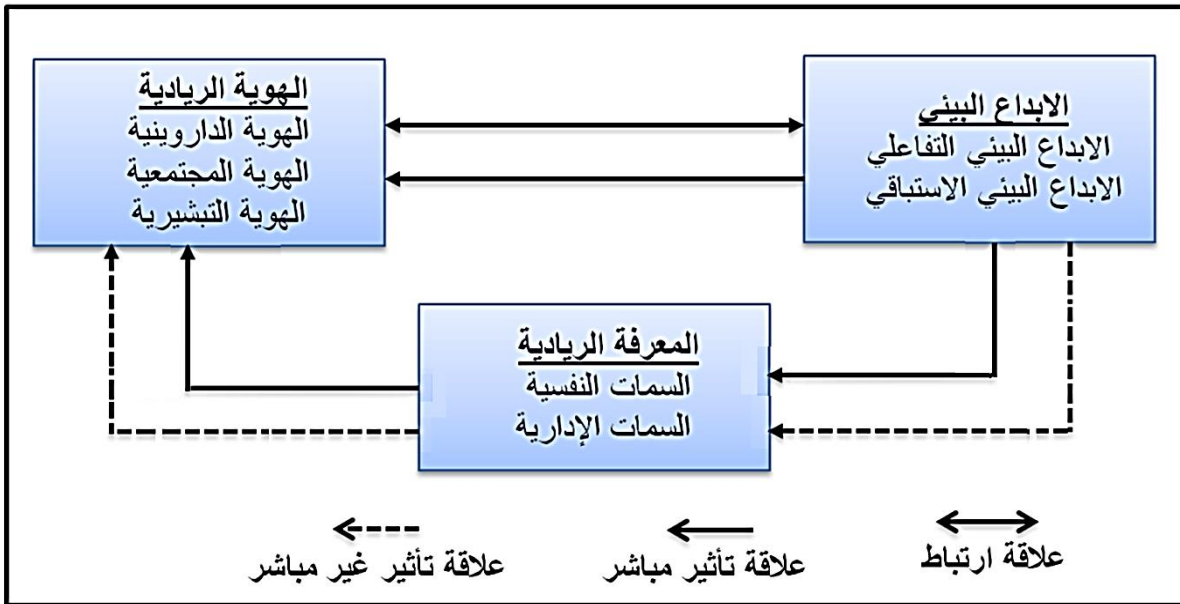
3-2 أهداف البحث

- التعرف على المفاهيم النظرية حول الإبداع البيئي.
- تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية حول المعرفة الريادية.
- محاولة الإلمام بمختلف تجارب المؤسسات التي تبنت الإبداع البيئي ونجحت في تحقيق الأداء البيئي.

4-2 المخطط الفرضي

إن الوقوف على أفضل وسائل معالجة مشكلة البحث يتطلب تطوير مخطط فرضي يساهم في بناء وقياس فرضيات البحث لمعالجة المشكلة المطروحة، وهذه الفرضيات تتمثل في عدة متغيرات هي:

- المتغير المستقل: وتمثل في الإبداع البيئي، وشمل بُعدين هما (الإبداع البيئي التفاعلي، والإبداع البيئي الاستباقي).
- المتغير التابع: ويتضمن الهوية الريادية، وبواقع ثلاثة أبعاد هي (الهوية الداروينية، والهوية المجتمعية، والهوية التبشيرية).
- المتغير الوسيط: وضم المعرفة الريادية، وبواقع بُعدين هما (السمات النفسية، والسمات الإدارية).



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: اعداد الباحثين.

5-2 فرضيات البحث

- H₁: يوجد ارتباط معنوي بين الإبداع البيئي والمعرفة الريادية.
- H₂: يوجد ارتباط معنوي بين الإبداع البيئي والهوية الريادية.
- H₃: يوجد ارتباط معنوي بين المعرفة الريادية والهوية الريادية.
- H₄: يوجد تأثير معنوي للإبداع البيئي في المعرفة الريادية.
- H₅: يوجد تأثير معنوي للمعرفة الريادية في الهوية الريادية.
- H₆: يتعاظم تأثير الإبداع البيئي في الهوية الريادية بوجود الدور الوسيط للمعرفة الريادية.

2-6 مجتمع وعينة البحث

للإبقاء بمتطلبات الجانب التطبيقي للبحث، وتحقيق أهدافه، كان لابد من اختيار مجتمع البحث يتطابق وينسجم مع ما يسعى وبطرحه إلى تحقيقه، ومن أجل اختبار الفرضيات ميدانياً في البيئة العراقية، فقد اختار الباحثين المشاريع الريادية للعتبة الحسينية المقدسة، إذ تم توزيع (170) استبانة على عينة من قادة المشاريع الريادية للعتبة الحسينية المقدسة، واسترجع منها (155) استبانة، وبعد تبويب البيانات تبين أن عدد الاستبانات الصالحة للتحليل بلغت (151) ما يعادل (91%) من أفراد عينة الدراسة.

3. الاطار النظري للبحث

3-1 مفهوم الابداع البيئي

الإبداع البيئي هو عنصر المنظمة الحاسم الذي يرتبط بشكل مباشر مع استراتيجيتها المنظمة الحالية والمستقبلية، كونه يعمل على خلق شيء جديد ذو قيمة عالية ولو تأثر إيجابياً على البيئة المحيطة (Cainelli et al., 2015:212)، ويمكن ربطه باستهلاك الوقود وانبعثت الغازات الخطرة والسلامة وإعادة التدوير وغيرها (Zhang et al., 2017:19). وأشار (Huang & Li, 2018:317) إلى أنه يمثل عملية الحد من كثافة الموارد وتقليل التأثير السلبي على الإنتاج، وخلق قيمة مضافة عن طريق التحسين المستمر.

وأكد (Khan et al., 2020:2) أن الإبداع البيئي يتمثل في العمليات الجديدة أو المعدلة والتقنيات والأنظمة والمنتجات التي تحل محل القديمة غير الكفوة وتقليل الأضرار السلبية (Liu et al., 2022:2). على المنظمات الانتقال بإبداعاتها إلى الإبداع الأخضر الذي يضيف وصف بيئي لتلك المنتجات والخدمات التي تسعى إلى حماية البيئة الطبيعية أو تحسينها، من خلال الحفاظ على الطاقة والموارد والحد من أو القضاء على المخلفات والسموم والنفايات والانبعاثات (Udeagha & Ngpeah, 2023:113). ومما تقدم يمكن القول أن الإبداع البيئي يشير إلى الابتكارات والتقنيات التي تهدف إلى تحسين البيئة والحفاظ عليها.

3-2 أهمية الإبداع البيئي

تبرز أهمية الإبداع الأخضر من خلال ما يهدف إليه في تقليل التأثيرات السلبية على البيئة لوصول المؤسسات إلى غرضها الأساس في تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية (Iqbal et al., 2021:3). فمن خلال إدارة دورة الإبداع الأخضر المتمثلة بالاستكشاف وكفاءة عملياتها، وتبنيها للإبداع البيئي كثقافة تنظيمية وتضمينها في استراتيجياتها، وصولاً إلى تحقيق الأداء البيئي المرغوب (Moreno-Ureba et al., 2022:12). إن الإبداع البيئي يحقق المنفعة للمجتمع والمنظمة ويحسن الأداء البيئي، كما يلعب دوراً حاسماً في أداء المنظمة البيئي الاجتماعي والاقتصادي، ولذلك يعد أحد المقاييس الأساسية في تحديد أداء المنظمة الكلي (Guo et al., 2023:3089).

3-3 ابعاد الإبداع البيئي

قدم (Mongo et al., 2021:3-4) بعدين للأبداع البيئي وكالاتي:

1. الابداع البيئي التفاعلي

يشير الإبداع البيئي التفاعلي إلى تصميم وتنفيذ حلول مبتكرة للتحديات البيئية، مع التركيز على التفاعل والمشاركة الفعالة للأفراد والمجتمعات (Kahia et al., 2023:1377). ويهدف إلى إيجاد حلول عملية ومبتكرة للمشاكل البيئية الملحة، مثل التلوث، وإدارة النفايات، وتغير المناخ، واستدامة الموارد (Shui et al., 2022:786). كما يشجع على تفاعل ومشاركة الأفراد والمجتمعات في تصميم وتنفيذ هذه الحلول، مما يزيد من الوعي البيئي ويعزز المسؤولية المشتركة (Guo & Wang, 2022:3).

2. الابداع البيئي الاستباقي

يركز الإبداع البيئي الاستباقي على تطوير حلول مبتكرة للتحديات البيئية قبل أن تتفاقم أو تحدث. إنه نهج يهدف إلى منع المشاكل البيئية بدلاً من مجرد معالجتها بعد ظهورها (Guo & Wang, 2022:3). ويتطلب فهماً عميقاً للاتجاهات البيئية المستقبلية والمخاطر المحتملة، والعمل على تطوير حلول استباقية للتصدي لها، كما يشجع على تطوير واستخدام التقنيات النظيفة والمستدامة التي تقلل من الأثر البيئي للأنشطة البشرية (Kahia et al., 2023:1377).

3-4 مفهوم الهوية الريادية

تتشكل الهوية الريادية من خلال دوافعهم الاجتماعية الأساسية، وأساس التقويم الذاتي، والإطار المرجعي (Radu et al., 2021:1552)، إذ يسعى رواد الأعمال الذين يحملون هويات اجتماعية مختلفة إلى تحقيق أهداف مختلفة ويستمدون أنواعاً مختلفة تماماً من الفوائد من أنشطتهم الريادية (Hayter et al., 2021:2). إضافة إلى ذلك أن الهوية الاجتماعية لرواد الأعمال تؤثر على قراراتهم الاستراتيجية بما في ذلك قطاعات السوق التي يتم تقديم الخدمات لها، واحتياجات الزبائن التي تتم تلبيتها، وطرائق الإنتاج المستخدمة (Smith et al., 2023:3).

هي الدافع الضروري للأفراد وتقييمهم الذاتي لبدء عمل تجاري جديد والتي تكتسب من العضويات الاجتماعية، ويصف الفرد نفسه كعضو اجتماعي في مجموعة ما (Chen et al.,2021:679). كما انها تمثل مجموعة من المعاني أو المعايير التي ينسبها الأفراد إلى أنفسهم فيما يتعلق بالفئات الريادية التي يشغلونها، والمجموعات الاجتماعية التابعة ، والأدوار التمثيلية، والصفات التي تجعلهم فريدين من بين الآخرين على المستوى الشخصي (Wang et al.,2022:2). وأشار (Transfe Feng et al.,2022:180) الى أنها ممارسة معقدة ومجموعة من الإجراءات التي تهدف إلى إحداث تغيير متأصل في مفاهيم المجتمع بدلاً من أن تكون شكلاً خاصاً من ريادة الأعمال. ومما تقدم يمكن القول ان الهوية الريادية تمثل مجموع الخصائص والمميزات التي تميز الأفراد أو الشركات عن الآخرين في مجالات ريادة الأعمال.

3-5 أهمية الهوية الريادية

تعكس الهوية الريادية دراسة من هم رواد الأعمال وماذا يفعلون، إذ تعمل الهوية الريادية القوية على تعزيز الثقة وتحفيز السلوكيات الريادية (Kakarika et al.,2022:1563)، كما تميز الهوية المميزة رواد الأعمال ومشاريعهم عن الآخرين (Fisch&Block,2022:3). وذكر (Gubik&Vörös, 2023:2) إلى تأثير هويات رواد الأعمال على القرارات والنتائج الرئيسية، بما في ذلك ما نوع المنظمات التي يجب البدء بها ، أو كيفية التعامل مع أصحاب المصلحة. كما تؤثر هويات رواد الأعمال على السلوكيات للاستجابة للتوترات بين الربح وغرض المنظمة بالإضافة إلى تأثير هويات رواد الأعمال الاجتماعيين على تجاربهم في العمل (Knox et al.,2021:718). إن هوية رائد الأعمال الاجتماعي هي التي تساعد على تقديم نماذج الأعمال الاجتماعية المبتكرة أو الجديدة التي تساعد على التعامل مع الاقتصاديات الناشئة أو النامية ، وتشمل هذه الهويات أيضاً روح المبادرة والعاطفة الاجتماعية إذ يجب أن تكون "مهمة" رواد الأعمال موجهة نحو ريادة الأعمال والمنتج بالإضافة إلى كونها موجهة اجتماعياً وموجهة نحو الافراد (Smith et al.,2023:3).

3-6 ابعاد الهوية الريادية

حدد (Smith et al.,2023:4) ثلاث ابعاد للهوية الريادية:

1. الهوية الداروينية

تشير الهوية الداروينية إلى رجل الأعمال الكلاسيكي الذي يتمثل هدفه الأساس في بناء مشروع تجاري ناجح ، والتركيز على نمو المنظمة ، ويركز الفرد ذو الهوية الداروينية على ضمان نجاح الأعمال من خلال الأفكار القوية (Transfe Feng et al.,2022:180). والهوية الداروينية لرجال الأعمال هي المستوى الأساس والتي تعكس سعي رجل الأعمال إلى بقاء الأعمال ونجاحها، و هو ما يشير إلى الهدف المشترك لأي عمل تجاري وباعتبارها النوع الأكثر عمومية للهوية الاجتماعية للأعمال، تنطبق الهوية الداروينية على معظم المنظمات في المجتمع. وبالتالي فإن الهوية الداروينية لرجال الأعمال هي الطبقة الأولى من الهوية الاجتماعية لرجال الأعمال، وبالتالي فهي قيمة في فهم تأثيراتها على المتغيرات على مستوى المنظمة (Smith et al.,2023:4).

2. الهوية المجتمعية

تعني أن رائد الأعمال يخرط في الخدمات والمنتجات التي تساهم في المجتمع والأنشطة الاجتماعية (Kakarika et al.,2022:1563)، لأن رواد الأعمال ذوي الهويات المجتمعية عادة ما يشاركون في تنمية المجتمع من خلال خلق الوعي بين الأفراد عن طريق طرح منتج أو نشاط وتشجيع الافراد المختلفين على أفكارهم فإن رواد الأعمال الذين يتمتعون بمستوى هوية مجتمعية أكبر هم أكثر عرضة للمساهمة في المجتمع وتنميته (Smith et al.,2023:4).

3. الهوية التبشيرية

يبرز رواد الأعمال ذوو الهوية التبشيرية على أساس قناعاتهم العميقة تجاه منظماتهم، والتي تمثل ناقلاً للتغيير الاجتماعي نحو المجتمع. إي إنهم يرون أعمالهم كمنصة يمكنهم من خلالها الاستمرار في تطوير أهدافهم المجتمعية (Kakarika et al.,2022:1563). بالإضافة إلى أن لدى رواد الأعمال الذين يحملون الهوية التبشيرية رغبة في المساهمة بتنمية المجتمع ككل (Transfe Feng et al.,2022:180).

3-7 مفهوم المعرفة الريادية

تعرف المعرفة الريادية على انها قابلية الفرد على إدراك واستيعاب المعرفة الجديدة أو الحالية ويستجيب لها او يستثمرها من خلال الابداع (Saptono et al.,2020:3). ان المعرفة الريادية هي القدرة على تطبيق المبادرات والانجازات والتعرف على شروط النجاح المعرفة فرصة معينة تحتاج الى فهم ذات سياق واسع، ومعرفة متى يكون التصرف او الاستجابة بحيث تتطلب

كفاءة ريادة أساسية تشمل الموازنة ما بين المبادرة والاستجابة (Olsson&Bernhard,2021:378). ان رجل اعمال المعرفة هو الشخص الذي يتقن انشاء واستخدام الأصول الفكرية لتطوير المشاريع الجديدة أو الخدمات التي من شأنها أن تؤدي الى خلق الثروة الشخصية والمجتمع أو التحسين وتعزيز الخدمات (Bertello et al.,2022:684).

أن مفهوم المعرفة الريادية يشير إلى مجموعة المعارف والمهارات والخبرات التي يحتاجها الفرد أو الفريق لبدء وتطوير وإدارة مشروع ريادي ناجح، مع التركيز بشكل خاص على الفرص المتاحة في مجال الأعمال (Belitski et al.,2021:522). وهذه المعرفة لا تقتصر على الجوانب الفنية أو الإدارية فحسب، بل تشمل أيضًا فهمًا عميقًا للسوق والمنافسين والعملاء، بالإضافة إلى القدرة على الابتكار والتكيف مع التغيرات (Kusa et al.,2024:3).

ومما تقدم يمكن القول ان المعرفة الريادية تشير إلى مجموعة المعارف والمهارات والخبرات التي يمتلكها الأفراد أو الشركات في مجال ريادة الأعمال.

8-3 اهمية المعرفة الريادية

تساعد المعرفة الريادية رواد الأعمال على تحديد الفرص المتاحة في السوق البيئية، سواء كانت فرصًا لتطوير منتجات أو خدمات مستدامة، أو فرصًا لحل مشاكل بيئية قائمة (Kraus et al.,2021:177). فمن خلال فهم السوق والمنافسين والعملاء، يمكن لرواد الأعمال تقليل المخاطر المرتبطة ببدء مشروع جديد، وزيادة فرص النجاح (Kakarika et al.,2022:1563). وتشجع المعرفة الريادية على الابتكار والإبداع، مما يؤدي إلى تطوير حلول جديدة ومستدامة للتحديات البيئية، كما تساعد المعرفة الريادية رواد الأعمال على إعداد خطط عمل مقنعة، وعرض أفكارهم بطريقة جذابة للمستثمرين، مما يزيد من فرص الحصول على التمويل اللازم (Belitski et al.,2021:522). وتمكن المعرفة الريادية رواد الأعمال من بناء شركات ناجحة ومستدامة، قادرة على المنافسة في السوق وتحقيق الأرباح (Rudhumbu et al.,2020:185).

9-3 ابعاد المعرفة الريادية

حدد (Alyahya et al.,2023:3-4) بعدين للمعرفة الريادية يمكن تخليصهما بالاتي:

1. السمات النفسية

تشير السمات النفسية إلى الخصائص النفسية التي تميز الأفراد أو المجموعات الذين يساهمون بفعالية في إيجاد حلول مبتكرة ومستدامة للتحديات البيئية (Kraus et al.,2021:177). هذه السمات تساعد على التفكير بشكل مختلف، وتحفيزهم على العمل بجد لتحقيق أهدافهم البيئية (Rudhumbu et al.,2020:185). وهذه السمات النفسية لا تقتصر على العلماء والباحثين، بل يمكن أن توجد لدى أي شخص يهتم بالبيئة ويرغب في المساهمة في حمايتها، يمكن تعزيز هذه السمات من خلال التعليم والتوعية والتجارب العملية (Alyahya et al.,2023:3).

2. السمات الإدارية

تشير السمات الإدارية إلى مجموعة المهارات والخصائص القيادية التي تمكن الأفراد والمؤسسات من إدارة المشاريع والمبادرات البيئية بفعالية وكفاءة (Rudhumbu et al.,2020:185). هذه السمات ضرورية لتحويل الأفكار الإبداعية إلى حلول عملية ومستدامة (Belitski et al.,2021:522). والسمات الإدارية ضرورية لنجاح أي مشروع أو مبادرة بيئية، ويمكن تطوير هذه السمات من خلال التعليم والتدريب والخبرة العملية (Alyahya et al.,2023:3).

4. الجانب العملي

4-1 ترميز وتوصيف وثبات أداة القياس

تتناول هذه الفقرة ثلاثة متغيرات رئيسية هي الإبداع البيئي، المعرفة الريادية، والهوية الريادية. ومن أجل تحليل النتائج يتم التعبير عن هذه المتغيرات من خلال مجموعة من الرموز التي تهدف إلى تقديم معنى دقيق لتفسير البيانات، مما يساعد على بناء تصور واضح لدى القارئ حول الرموز المستخدمة في التحليل، وكما في الجدول (1).

كما تبين النتائج ان متغير الابداع البيئي والمتمثل في بعدين (الابداع البيئي التفاعلي، والابداع البيئي الاستباقي) وبواقع (8) فقرات حصل على ثبات (0.828)، بينما متغير المعرفة الريادية والمتمثل في بعدين (السمات النفسية، والسمات الإدارية) وبواقع (9) فقرات حصل على ثبات قدره (0.890)، اما متغير الهوية الريادية والمتمثل في ثلاثة ابعاد (الهوية الداروينية، والهوية المجتمعية، والهوية التبشيرية)، قد حصل على ثبات قيمته (0.882)، وهذا اظهر اتساق فقرات الاستبانة وتحقيق المؤشرات لشروط الثبات المفروضة (70%).

الجدول (1) ترميز وثبات أداة القياس

المتغيرات	الأبعاد	الفقرات	الرمز		مصدر المقياس	معامل الثبات	
			للأبعاد	للمتغيرات		للأبعاد	الكلي
الابداع البيئي	الابداع البيئي التفاعلي	4	EINR	EINN	Mongo et al.,2021	0.823	0.828
		4	EINP			0.803	
	الابداع البيئي الاستباقي	3	EKPS	EKNO	Alyahya et al.,2023	0.808	0.890
		6	EKMA			0.806	
	المعرفة الريادية	5	EIDD	EIDE	Smith et al.,2023	0.935	0.882
		5	EIDC			0.795	
		5	EIDM			0.772	
	الهوية الريادية						

2-4 وصف متغيرات البحث

تشير النتائج إلى تقييم اهتمام قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة بالابتكار البيئي من خلال تحليل الأبعاد المختلفة له. حيث حصل بُعد الابداع البيئي التفاعلي (EINR) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.19 وانحراف معياري 0.74، مما يدل على أن القادة يعتبرون هذا البعد الأكثر أهمية في استراتيجياتهم. في المقابل، جاء بُعد الابداع البيئي الاستباقي (EINP) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.18 وانحراف معياري 0.72، مما يشير إلى أن القادة يميلون إلى إعطاء أهمية أقل لهذا البعد مقارنةً بالبعد التفاعلي. أما المعدل العام لمتغير الابداع البيئي (EINN) فقد حصل على متوسط حسابي قدره 3.18 وانحراف معياري 0.65، مما يشير إلى أن الاهتمام بالابتكار البيئي بشكل عام موجود ولكنه ليس في مستوى مرتفع جداً. ومما تقدم يمكن القول أن قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة يركزون أكثر على الابتكار البيئي التفاعلي، حيث يعتبرونه عاملاً رئيسياً في نجاح مشاريعهم. بينما يعتبر الابتكار البيئي الاستباقي أقل أهمية في سياق استراتيجياتهم. وهذه النتائج تعكس توجهها نحو تعزيز التفاعل مع البيئة المحيطة بدلاً من اتخاذ خطوات استباقية في الابتكار البيئي.

كما تشير النتائج إلى تقييم اهتمام قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة بالسمات الإدارية والنفسية المتعلقة بالمعرفة الريادية. حيث حصل بُعد السمات الإدارية (EKMA) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.26 وانحراف معياري 0.67، مما يدل على أن القادة يعتبرون السمات الإدارية عنصراً أساسياً في نجاح مشاريعهم. بينما جاء بُعد السمات النفسية (EKPS) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.07 وانحراف معياري 0.77، مما يشير إلى أن القادة يميلون إلى إعطاء أهمية أقل لهذا البعد مقارنةً بالسمات الإدارية. أما المعدل العام لمتغير المعرفة الريادية (EKNO) فقد حصل على متوسط حسابي قدره 3.17 وانحراف معياري 0.67، مما يدل على أن الاهتمام بالمعرفة الريادية بشكل عام موجود ولكنه ليس في مستوى مرتفع جداً. ومما تقدم يمكن القول أن قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة يركزون بشكل أكبر على السمات الإدارية في إطار معرفتهم الريادية، حيث يعتبرونها عاملاً حاسماً في نجاح مشاريعهم. في المقابل، يُظهر اهتمامهم المنخفض بالسمات النفسية أن القادة قد يرون أن هذه السمات ليست بنفس القدر من الأهمية، مما قد يؤثر على استراتيجياتهم في تطوير المعرفة الريادية.

من جانب آخر تشير النتائج إلى تقييم اهتمام قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة بالهوية الداروينية والهوية المجتمعية في سياق الهوية الريادية. حيث حصل بُعد الهوية الداروينية (EIDD) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.38 وانحراف معياري 0.59، مما يدل على أن القادة يعتبرون هذا البعد الأكثر أهمية في تشكيل هويتهم الريادية. ومن جهة أخرى، جاء بُعد الهوية المجتمعية (EIDC) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.13 وانحراف معياري 0.68، مما يشير إلى أن القادة يميلون إلى إعطاء أهمية أقل لهذا البعد مقارنةً بالهوية الداروينية. أما المعدل العام لمتغير الهوية الريادية (EIDE) فقد حصل على متوسط حسابي قدره 3.28 وانحراف معياري 0.58، مما يعكس وجود اهتمام عام بالهوية الريادية، ولكنه ليس مرتفعاً بما يكفي. ومما تقدم يمكن القول أن قادة المشاريع الريادية للعبة الحسينية المقدسة يركزون بشكل أكبر على الهوية الداروينية، حيث يرون أنها عنصراً حاسماً في تشكيل هويتهم الريادية. بينما يتضح أن الهوية المجتمعية تُعتبر أقل أهمية في استراتيجياتهم، مما قد يؤثر على كيفية بناء العلاقات مع المجتمع المحلي وتعزيز التعاون.

الجدول (2) وصف متغيرات البحث

الفقرة	الأوساط الحسابية	الانحراف المعياري	الفقرة	الأوساط الحسابية	الانحراف المعياري	الفقرة	الأوساط الحسابية	الانحراف المعياري
EINR1	3.09	1.03	EKMA1	3.09	0.92	EIDC2	3.01	0.94
EINR2	3.03	1.05	EKMA2	3.13	1.04	EIDC3	3.24	0.99

0.75	2.97	EIDC4	0.91	3.43	EKMA3	0.82	3.34	EINR3
0.80	3.32	EIDC5	0.81	3.26	EKMA4	1.04	3.28	EINR4
0.68	3.13	EIDC	0.84	3.47	EKMA5	0.74	3.19	EINR
1.00	3.22	EIDM1	0.96	3.20	EKMA6	0.89	3.38	EINP1
0.95	3.54	EIDM2	0.67	3.26	EKMA	0.90	3.24	EINP2
0.88	3.34	EIDM3	0.67	3.17	EKNO	0.92	2.93	EINP3
0.94	3.49	EIDM4	0.78	3.28	EIDD1	1.00	3.16	EINP4
0.97	3.09	EIDM5	0.83	3.50	EIDD2	0.72	3.18	EINP
0.69	3.34	EIDM	0.81	3.37	EIDD3	0.65	3.18	EINN
0.58	3.28	EIDE	0.97	3.41	EIDD4	1.02	3.11	EKPS1
			0.90	3.34	EIDD5	0.92	2.91	EKPS2
			0.59	3.38	EIDD	0.85	3.20	EKPS3
			0.93	3.09	EIDC1	0.77	3.07	EKPS

3-4 اختبار الفرضيات

H₁: يوجد ارتباط معنوي بين الابداع البيئي والمعرفة الريادية.

يبين الجدول (3) وجود علاقة ارتباط معنوي بين الإبداع البيئي والمعرفة الريادية، حيث يوضح الجدول (3) أن معامل الارتباط هو 0.761. هذا يعني أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين هذين العنصرين. كما تشير البيانات إلى أن العلاقات بين أبعاد الإبداع البيئي (مثل الإبداع التفاعلي والاستباقي) وأبعاد المعرفة الريادية (مثل السمات النفسية والإدارية) تتراوح بين 0.566 و0.763، مما يدل على وجود علاقات ارتباط معنوية متفاوتة بين هذه الأبعاد، ما يعني أن هناك ارتباط متبادل بين الإبداع البيئي والمعرفة الريادية، مما يُشير إلى أهمية تعزيز كلا العنصرين لتحقيق نتائج أفضل في المجالات المعنية. كما يُظهر أن بعض الأبعاد لها تأثير أكبر من غيرها، مما قد يستدعي التركيز على الأبعاد الأكثر ارتباطاً لتعزيز الفعالية في البيئات الريادية.

H₂: يوجد ارتباط معنوي بين الابداع البيئي والهوية الريادية.

يلاحظ من الجدول (3) وجود علاقة ارتباط معنوي بين الإبداع البيئي والهوية الريادية، حيث يظهر الجدول (3) أن معامل الارتباط هو 0.553. هذا يدل على وجود علاقة متوسطة وقوية نسبياً بين العنصرين. بالإضافة إلى ذلك، توضح البيانات أن العلاقات بين أبعاد الإبداع البيئي (مثل الإبداع التفاعلي والاستباقي) وأبعاد الهوية الريادية تتراوح بين 0.364 و0.594، مما يعكس وجود علاقات ارتباط معنوية متفاوتة، ما يعني بأن هناك علاقة إيجابية بين الإبداع البيئي والهوية الريادية، مما يشير إلى أن تعزيز الإبداع البيئي يمكن أن يساهم في تقوية الهوية الريادية. كما يُظهر أن بُعد الإبداع البيئي الاستباقي له تأثير أكبر على الهوية المجتمعية مقارنةً بالبُعد التفاعلي، مما قد يستدعي التركيز على تطوير الاستراتيجيات الإبداعية الاستباقية لتعزيز الهوية الريادية في المجتمعات.

H₃: يوجد ارتباط معنوي بين المعرفة الريادية والهوية الريادية.

يوضح الجدول (3) وجود علاقة ارتباط معنوي بين المعرفة الريادية والهوية الريادية، حيث يظهر الجدول (3) أن معامل الارتباط هو 0.667. هذا يدل على وجود علاقة قوية بين العنصرين. كما توضح البيانات أن العلاقات بين أبعاد المعرفة الريادية (مثل السمات الإدارية والنفسية) وأبعاد الهوية الريادية تتراوح بين 0.439 و0.627، مما يشير إلى وجود علاقات ارتباط معنوية متفاوتة، ما يعني بأن هناك علاقة إيجابية قوية بين المعرفة الريادية والهوية الريادية، مما يدل على أن تحسين المعرفة الريادية يمكن أن يساهم في تعزيز الهوية الريادية. كما يُظهر أن بُعد السمات النفسية له تأثير أكبر على الهوية المجتمعية مقارنةً بالسمات الإدارية، مما قد يستدعي التركيز على تطوير السمات النفسية لتعزيز الهوية الريادية في المجتمعات.

الجدول (3) مصفوفة الارتباط

EIDE	EIDM	EIDC	EIDD	EKNO	EKMA	EKPS	EINN	EINP	EINR	
									1	EINR
								1	.603**	EINP
							1	.893**	.898**	EINN
						1	.673**	.641**	.566**	EKPS
					1	.730**	.748**	.763**	.579**	EKMA
				1	.920**	.940**	.761**	.750**	.616**	EKNO
			1	.500**	.439**	.485**	.348**	.451**	.417**	EIDD
		1	.641**	.648**	.575**	.627**	.533**	.594**	.364**	EIDC
	1	.781**	.650**	.629**	.548**	.617**	.579**	.584**	.456**	EIDM
1	.917**	.912**	.842**	.667**	.587**	.650**	.553**	.613**	.381**	EIDE

** الارتباط عند مستوى 0.01

H4: يوجد تأثير معنوي للإبداع البيئي في المعرفة الريادية.

تظهر نتائج الجدول (4) وجود تأثير معنوي للإبداع البيئي في المعرفة الريادية، إذ أن زيادة الإبداع البيئي بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى أحداث تحسين في المعرفة الريادية قدره (0.775) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.054) وبقيمة حرجة مقدارها (14.352)، ما يعني أن تعزيز الإبداع البيئي له تأثير إيجابي كبير على المعرفة الريادية. وهذا يُشير إلى أهمية الاستثمار في الإبداع البيئي كوسيلة لتحسين المعرفة الريادية، مما يساهم في تعزيز الأداء والنجاح في المشاريع الريادية. كما يلحظ وجود تأثير معنوي لأبعاد الإبداع البيئي في المعرفة الريادية، إذ أن زيادة الإبداع البيئي التفاعلي، والإبداع البيئي الاستباقي بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى أحداث تحسين في المعرفة الريادية قدره (0.557, 0.693) على التوالي وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.058, 0.050) على التوالي وبقيمة حرجة مقدارها (9.603, 13.860) للبعدين على التوالي، ما يعني أن كلاً من الإبداع البيئي التفاعلي والاستباقي لهما تأثير إيجابي على المعرفة الريادية. لذا، من المهم تعزيز كلا النوعين من الإبداع البيئي في استراتيجيات تطوير المشاريع، مما قد يساهم في تحسين المعرفة الريادية وزيادة فرص النجاح في البيئات الريادية. كما يلحظ أن الإبداع البيئي ساهم بتفسير ما مقداره (0.579) من مربع التباين الحاصل في المعرفة الريادية، بينما الأبعاد ساهمت في تفسير ما مقداره (0.604)، ومن هنا يمكن قبول صحة هذه الفرضية.

الجدول (4) مخرجات فرضيات التأثير المباشر

الفرضية	المسار	الأوزان المعيارية	الخطأ المعياري	القيمة الحرجة	معامل التحديد R ²	الاحتمالية (P)
الرئيسية	الإبداع البيئي	0.775	0.054	14.352	0.579	0.001
الفرعية 1	الإبداع البيئي التفاعلي	0.557	0.058	9.603	0.604	0.001
الفرعية 2	الإبداع البيئي الاستباقي	0.693	0.050	13.860		0.001

H5: يوجد تأثير معنوي للمعرفة الريادية في الهوية الريادية

يبين الجدول (5) وجود تأثير معنوي للمعرفة الريادية في الهوية الريادية، إذ أن زيادة المعرفة الريادية بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى أحداث تحسين في الهوية الريادية قيمته (0.584) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.053) وبقيمة حرجة مقدارها (11.019)، ما يعني أن تعزيز المعرفة الريادية له تأثير إيجابي كبير على الهوية الريادية. وبالتالي، يُنصح بالاستثمار في تطوير المعرفة الريادية لتعزيز الهوية الريادية، مما قد يساهم في نجاح المشاريع الريادية بشكل عام. كما يتضح وجود تأثير معنوي لأبعاد المعرفة الريادية في الهوية الريادية، إذ أن زيادة السمات النفسية، والسمات الإدارية بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى أحداث تحسين في الهوية الريادية قدره (0.494, 0.513) على التوالي وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.047, 0.058) على التوالي وبقيمة حرجة مقدارها (10.511, 8.845) للبعدين على التوالي، ما يعني أن كل من السمات النفسية والسمات الإدارية تلعبان دوراً مهماً في تعزيز الهوية الريادية. وبالتالي، يُنصح بتعزيز هذه السمات في البرامج التدريبية والتطويرية للقادة الرياديين، مما قد يساهم بشكل كبير في تحسين الهوية الريادية وبالتالي نجاح المشاريع. كما يلحظ أن المعرفة الريادية ساهمت في تفسير ما مقداره (0.445) من مربع التباين الحاصل في الهوية الريادية، بينما الأبعاد ساهمت في تفسير ما مقداره (0.449)، ومن هنا يمكن قبول صحة هذه الفرضية.

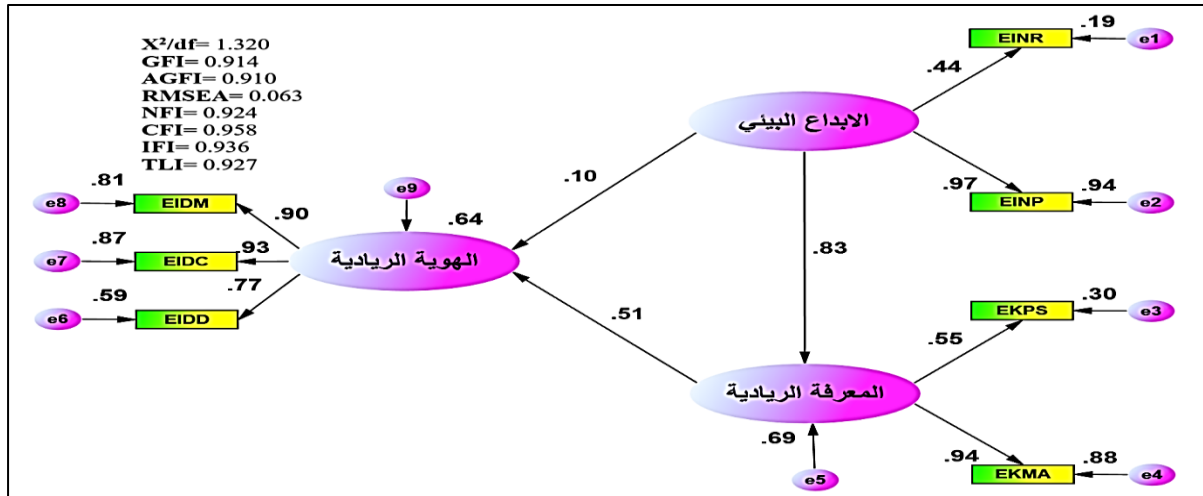
الجدول (5) مخرجات فرضيات التأثير المباشر

الفرضية	المسار	الأوزان المعيارية	الخطأ المعياري	القيمة الحرجة	معامل التحديد R ²	الاحتمالية (P)
الرئيسية	المعرفة الريادية	0.584	0.053	11.019	0.445	0.001
الفرعية 1	السمات النفسية	0.494	0.047	10.511	0.449	0.001
الفرعية 2	السمات الإدارية	0.513	0.058	8.845		0.001

H6: يتعاظم تأثير الإبداع البيئي في الهوية الريادية بوجود الدور الوسيط للمعرفة الريادية.

تظهر نتائج الجدول (6) والبيانات المستعرضة في الشكل (2) إلى أن تأثير الإبداع البيئي في الهوية الريادية يتعاظم بوجود المعرفة الريادية كمتغير وسيط. إذ أن زيادة تأثير الإبداع البيئي بوجود المعرفة الريادية كمتغير وسيط بمقدار وحدة واحدة يعزز من قابلية العينة المبحوثة على تحسين الهوية الريادية بمقدار (0.520) وتخفيض الخطأ المعياري إلى (0.039) وهذا يولد قيمة حرجة قدرها (13.333)، ما يعني أن المعرفة الريادية تعزز من تأثير الإبداع البيئي على الهوية الريادية. لذا، من المهم التركيز على تطوير المعرفة الريادية في البرامج والمبادرات، حيث يمكن أن تؤدي إلى تحسين أكبر في الهوية الريادية، مما يساهم في نجاح المشاريع بشكل عام.

ومما تقدم ونظراً لعدم وجود تأثير مباشر للإبداع البيئي في الهوية الريادية يمكن القول أن هناك تأثير كلي للإبداع البيئي في الهوية الريادية من خلال الدور الوسيط للمعرفة الريادية، ومن هنا يمكن قبول صحة هذه الفرضية.



الشكل (2) النموذج القياسي لتأثير الابداع البيئي في الهوية الريادية من خلال الدور الوسيط للمعرفة الريادية

يلحظ من الجدول (6) ان الابداع البيئي بوجود المعرفة الريادية ساهم في تفسير (0.639) من مقدار التباين الحاصل في الهوية الريادية، اما القيمة المتبقية فأنها تقع خارج حدود الدراسة.

الجدول (6) مخرجات فرضيات التأثير غير المباشر

المسار	الاوران المعيارية	الخطأ المعياري	القيمة الحرجة	معامل التحديد R^2	الاحتمالية (P)
بعدم وجود المعرفة الريادية كمتغير وسيط					
الابداع البيئي	الهوية الريادية	<---	0.512	0.639	0.001
المعرفة الريادية	الهوية الريادية	<---	0.082	6.244	0.001
الابداع البيئي	المعرفة الريادية	<---	0.828	0.685	0.001
بوجود المعرفة الريادية كمتغير وسيط					
الابداع البيئي	الهوية الريادية	<---	0.520	0.639	0.001
المعرفة الريادية	الهوية الريادية	<---	0.039	13.333	0.001

5. الاستنتاجات والتوصيات

1-5 الاستنتاجات

- وجود علاقة ارتباط وتأثير مباشر وغير مباشر بين الابداع البيئي والمعرفة الريادية والهوية الريادية، ما يعني ان هناك تفاعل متبادل بين الابداع البيئي والهوية الريادية، فضلاً عن أن المعرفة الريادية تعد عنصرًا حيويًا في تعزيز هذه الديناميكية، مما يساهم في تطوير بيئات عمل مبدعة ومستدامة، كما إن فهم هذه العلاقات يمكن أن يساعد في تطوير استراتيجيات أفضل للنمو والابتكار في المستقبل.
- اهتمام عينة البحث بتعزيز الابداع المستدام من خلال التركيز على الإبداع البيئي بشكل يساهم في تطوير حلول مبتكرة تركز على القضايا البيئية، مما يعزز من قدرة المشاريع على إنتاج منتجات وخدمات صديقة للبيئة. وهذا الابتكار يمكن أن يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية في السوق، حيث يزداد الطلب على الحلول المستدامة.
- تحرص عينة البحث على تقوية الهوية الريادية بواسطة بناء علامة تجارية متماسكة تعكس القيم البيئية للمشروع، ومن خلال دمج هذه القيم في استراتيجيات العمل، يمكن للمشاريع جذب عملاء يشاركونها نفس المعتقدات، مما يعزز من ولاء الزبائن.
- تركز عينة البحث على توجيه المعرفة الريادية بشكل يمارس دورًا وسيطًا حيويًا في تعزيز العلاقة بين الإبداع البيئي والهوية الريادية، فمن خلال تبادل المعرفة والخبرات، يمكن للمشاريع تحسين مهاراتها وقدراتها، مما يساهم في تحقيق نتائج إيجابية على صعيد الابتكار والتنمية.
- بينت النتائج ان المشاريع التي تركز على الإبداع البيئي والهوية الريادية لديها القدرة على جذب المستثمرين الذين يسعون لدعم المبادرات المستدامة، وهذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة في التمويل والدعم المالي، مما يعزز من قدرة المشروع على التوسع وتحقيق أهدافه.
- أظهرت النتائج أن المشاريع التي تتبنى ممارسات مستدامة تحقق أداءً ماليًا أفضل على المدى الطويل، فمن خلال تقليل التكاليف المرتبطة بالموارد وتحسين الكفاءة، يمكن أن تؤدي هذه المبادرات إلى زيادة الأرباح.

7. تركز عينة البحث على توسيع الشبكات العلاقات من خلال التركيز على الإبداع البيئي، وهذا بدوره يعمل على دمج الإبداع البيئي في هويتها الريادية مما يساهم بشكل مباشر في حل القضايا البيئية والاجتماعية، وهذا التأثير يمكن أن يعزز من سمعة المشروع ويزيد من قبول المجتمع له.

2-5 التوصيات

1. يتعين على المشاريع الريادية إنشاء بيئة عمل تشجع على التفكير الإبداعي والابتكار. يمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لتعزيز مهارات الابتكار لدى الموظفين، وتشجيع الفرق على تقديم أفكار جديدة تتعلق بالاستدامة والابتكار البيئي.
2. ضرورة تحديد القيم والمبادئ التي تعكس الهوية الريادية للمشروع، مما يتطلب دمج القيم البيئية في استراتيجية العمل، فضلا عن استخدام هذه القيم في الحملات التسويقية لتعزيز تواصل المشروع مع الجمهور المستهدف.
3. ينبغي على المشاريع تصميم منتجات وخدمات تستند إلى مبادئ الاستدامة، ما يتطلب تقييم الأثر البيئي للعمليات والبحث عن طرق لتحسينها، وتنفيذ استراتيجيات لإدارة الموارد الطبيعية بشكل فعال.
4. ضرورة الانخراط في شراكات مع منظمات غير حكومية وشركات أخرى ذات اهتمامات مشابهة يمكن أن يعزز من الابتكار البيئي، ما ينبغي المشاركة في الفعاليات والمؤتمرات المعنية بالإبداع البيئي، وبناء علاقات تعاون مع مؤسسات تعمل في مجالات الابتكار والاستدامة.
5. من المهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الأخرى للترويج للمبادرات البيئية، ما يتطلب التواصل مع الزبائن حول أهمية الاستدامة وكيف تساهم في تحقيق أهدافهم، ومشاركة القصص الناجحة والمشاريع البيئية المبتكرة لجذب الانتباه.
6. ينبغي على المشاريع الريادية متابعة الاتجاهات والتطورات في مجالات البيئة والابتكار، مما يساهم في الاستجابة للتغيرات في السوق ومتطلبات المستهلكين، وتطوير استراتيجيات عمل مرنة تتكيف مع التغيرات البيئية والاجتماعية.
7. يتعين على المشاريع الريادية إنشاء بيئة تشجع على التفكير الإبداعي وتوليد الأفكار الجديدة المتعلقة بالاستدامة، ويتطلب ذلك تنظيم ورش عمل وجلسات عصف ذهني لتحفيز الإبداع بين الموظفين.

References

1. Alyahya, M., Agag, G., Aliedan, M., & Abdelmoety, Z. H. (2023). A cross-cultural investigation of the relationship between eco-innovation and customers boycott behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103271.
2. Belitski, M., Caiazza, R., & Lehmann, E. E. (2021). Knowledge frontiers and boundaries in entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 56(2), 521-531.
3. Bertello, A., Battisti, E., De Bernardi, P., & Bresciani, S. (2022). An integrative framework of knowledge-intensive and sustainable entrepreneurship in entrepreneurial ecosystems. *Journal of Business Research*, 142, 683-693.
4. Cainelli, G., De Marchi, V., & Grandinetti, R. (2015). Does the development of environmental innovation require different resources? Evidence from Spanish manufacturing firms. *Journal of Cleaner Production*, 94, 211-220.
5. Chen, S. H., Wang, W. T., & Lu, C. T. (2021). Exploring the development of entrepreneurial identity in a learning-by-doing entrepreneurial project environment. *Education+ Training*, 63(5), 679-700.
6. Fisch, C., & Block, J. H. (2021). How does entrepreneurial failure change an entrepreneur's digital identity? Evidence from Twitter data. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 106015.
7. Gubik, A. S., & Vörös, Z. (2023). Why narcissists may be successful entrepreneurs: The role of entrepreneurial social identity and overwork. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00364.
8. Guo, Q., Geng, C., & Yao, N. (2023). How does green digitalization affect environmental innovation? The moderating role of institutional forces. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 3088-3105.
9. Guo, Y., & Wang, L. (2022). Environmental entrepreneurial orientation and firm performance: The role of environmental innovation and stakeholder pressure. *Sage Open*, 12(1), 21582440211061354.
10. Hayter, C. S., Fischer, B., & Rasmussen, E. (2021). Becoming an academic entrepreneur: how scientists develop an entrepreneurial identity. *Small Business Economics*, 1-19.
11. Huang, J. W., & Li, Y. H. (2018). How resource alignment moderates the relationship between environmental innovation strategy and green innovation performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(3), 316-324.

12. Iqbal, N., Abbasi, K. R., Shinwari, R., Guangcai, W., Ahmad, M., & Tang, K. (2021). Does exports diversification and environmental innovation achieve carbon neutrality target of OECD economies?. *Journal of Environmental Management*, 291, 112648.
13. Kahia, M., Jarraya, B., Kahouli, B., & Omri, A. (2023). Do environmental innovation and green energy matter for environmental sustainability? Evidence from Saudi Arabia (1990–2018). *Energies*, 16(3), 1376.
14. Kakarika, M., Biniari, M., Guillén, L., & Mayo, M. (2022). Where does the heart lie? A multistage process model of entrepreneurial passion and role identity management. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1562-1578.
15. Khan, Z., Ali, S., Umar, M., Kirikkaleli, D., & Jiao, Z. (2020). Consumption-based carbon emissions and international trade in G7 countries: the role of environmental innovation and renewable energy. *Science of the Total Environment*, 730, 138945.
16. Knox, S., Casulli, L., & MacLaren, A. (2021). Identity work in different entrepreneurial settings: dominant interpretive repertoires and divergent striving agendas. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(9-10), 717-740.
17. Kraus, S., McDowell, W., Ribeiro-Soriano, D. E., & Rodríguez-García, M. (2021). The role of innovation and knowledge for entrepreneurship and regional development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(3-4), 175-184.
18. Kusa, R., Suder, M., & Duda, J. (2024). Role of entrepreneurial orientation, information management, and knowledge management in improving firm performance. *International Journal of Information Management*, 78, 102802.
19. Liu, C., Ni, C., Sharma, P., Jain, V., Chawla, C., Shabbir, M. S., & Tabash, M. I. (2022). Does green environmental innovation really matter for carbon-free economy? Nexus among green technological innovation, green international trade, and green power generation. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(45), 67504-67512.
20. Mongo, M., Belaïd, F., & Ramdani, B. (2021). The effects of environmental innovations on CO2 emissions: Empirical evidence from Europe. *Environmental Science & Policy*, 118, 1-9.
21. Moreno-Ureba, E., Bravo-Urquiza, F., & Reguera-Alvarado, N. (2022). An analysis of the influence of female directors on environmental innovation: When are women greener?. *Journal of Cleaner Production*, 374, 133871.
22. Olsson, A. K., & Bernhard, I. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses–Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378-396.
23. Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., & Hytti, U. (2021). Entrepreneurial identity: A review and research agenda. *Entrepreneurship theory and practice*, 45(6), 1550-1590.
24. Rudhumbu, N., Du Plessis, E. C., & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), 183-201.
25. Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1836728.
26. Shui, X., Zhang, M., Smart, P., & Ye, F. (2022). Sustainable corporate governance for environmental innovation: A configurational analysis on board capital, CEO power and ownership structure. *Journal of Business Research*, 149, 786-794.
27. Smith, B. R., Lawson, A., Barbosa, S. D., & Jones, J. (2023). Navigating the highs and lows of entrepreneurial identity threats to persist: The countervailing force of a relational identity with God. *Journal of Business Venturing*, 38(4), 106317.
28. Udeagha, M. C., & Ngepah, N. (2023). Striving towards environmental sustainability in the BRICS economies: the combined influence of fiscal decentralization and environmental innovation. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 30(2), 111-125.
29. Wang, M., Soetanto, D., Cai, J., & Munir, H. (2022). Scientist or Entrepreneur? Identity centrality, university entrepreneurial mission, and academic entrepreneurial intention. *The Journal of Technology Transfer* Feng, J., Allen, D. G., & Seibert, S. E. (2022). Once an entrepreneur, always an entrepreneur? Entrepreneurial identity, job characteristics, and voluntary turnover of former entrepreneurs in paid employment. *Personnel Psychology*, 75(1), 179-213. r, 1-28.
30. Zhang, Y. J., Peng, Y. L., Ma, C. Q., & Shen, B. (2017). Can environmental innovation facilitate carbon emissions reduction? Evidence from China. *Energy policy*, 100, 18-28.