

مجلة

كلية التراث الجامعة

مجلة علمية محكمة

متعددة التخصصات نصف سنوية

العدد الثالث والثلاثون

عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر (الدولي الثالث)

27 آذار 2022

ISSN 2074-5621

رئيس هيئة التحرير

أ. د. جعفر جابر جواد

نائب رئيس هيئة التحرير

أ. م. د. نذير عباس ابراهيم

مدير التحرير

أ. م. د. حيدر محمود سلمان

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق 719 لسنة 2011

مجلة كلية التراث الجامعة معترف بها من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بكتابها المرقم
(ب 3059/4) والمؤرخ في (2014/ 4/7)

دور ريادة الأعمال الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة (دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الاسمنت الشمالية)

م.م. إسراء هادي كاظم الركابي
م.م. محمد عادل محمد الفهداوي
المديرية العامة لتربية بغداد الكرخ الأولى
م.م. هبه ياسر طه
كلية التراث الجامعة

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى تحديد دور ريادة الأعمال الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال أبعادها المتمثلة في (الأبداع الأخضر، ثقافة الشركة، الميزة التنافسية، القوانين واللوائح الحكومية)، وتم التعبير عن التنمية المستدامة بأبعادها (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، الاستدامة البيئية). وتتمثل مشكلة البحث في أن القطاع الصناعي في العراق في حالة ضعف بالجوانب البيئية وبالتحديد ممارسات ريادة الأعمال الخضراء والتي تنعكس على التنمية المستدامة. وأنطلق البحث من فرضيتين رئيسيتين تتعلقان بعلاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث، وطبق البحث في الشركة العامة لصناعة الاسمنت الشمالية، وأُعدت المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث من خلال الاستبانة التي أعدت لهذا الغرض، ووزعت على عينة مؤلفة من (١٠٤) فرداً من العاملين في الشركة العامة لصناعة الاسمنت الشمالية، وتم تحليل البيانات باستخدام عدد من الاختبارات الإحصائية المتوافرة ضمن البرنامجين الإحصائيين SPSS v.25, Amos (V.25). ومن أبرز الاستنتاجات التي توصل إليها البحث تمثلت أن هنالك فهم واضح لإدارة الشركة المبحوثة بأبعاد ريادة الأعمال الخضراء وأبعاد التنمية المستدامة، وهذا يعد مؤشر على إدراك إدارة الشركة لتبني ريادة الأعمال الخضراء في دعم التنمية المستدامة. أما أهم التوصيات التي خرج بها البحث ضرورة استثمار العلاقة الإيجابية بين ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة في الشركة المبحوثة من أجل زيادة الاهتمام بالبيئة والإفادة منها في تحسين سمعة الشركة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الخضراء، والتنمية المستدامة.

The Role of Green Entrepreneurship in Achieving Sustainable Development (An exploratory study in The Plants of Northern Cement State Company)

Abstract:

This research aims to determine the role of green entrepreneurship in achieving sustainable development, Through its dimensions (green innovation, company culture, competitive advantage, government laws and regulations), sustainable development was expressed in its dimensions (economic sustainability, social sustainability, environmental sustainability). The research problem is that the industrial sector in Iraq is in a state of weakness in environmental aspects, specifically green entrepreneurship practices, which are reflected in sustainable development, The research started from two main hypotheses related to the relationship and influence between the research variables. The research started from two main hypotheses to explore the relationships and influence between the variables of the research, and applied the research in the General Company for the Northern Cement Industry, and adopted the

descriptive analytical approach in this research through the questionnaire prepared for this purpose, and distributed to a sample of (104) employees of the company The data was analyzed using a number of statistical tests available within the two statistical programs (SPSS v.25, Amos V.25).

Among the most prominent conclusions reached by the research was that there is a clear understanding of the management of the sponsored company in the dimensions of green entrepreneurship and the dimensions of sustainable development, and this is an indication of the company's management awareness of adopting green entrepreneurship in support of sustainable development. The most important recommendations that came out of the research is the need to invest the positive relationship between green entrepreneurship and sustainable development in the company in question in order to increase interest in the environment and benefit from it in improving the company's reputation.

Key words: Green Entrepreneurship, Sustainable Development.

المقدمة:

أخذ الفكر الإداري المعاصر بتوجيه الاهتمام نحو القضايا البيئية بعد أن اتسعت مشكلات التلوث البيئي، ولقد عدت قضية عالمية أثارت الكثير من الجدل بين الجهات المهتمة بشؤون البيئة والتنمية المستدامة، وقد فرضت تلك التحديات والتحوليات نحو تطبيق التنمية المستدامة في الأعمال إلى تغيير طبيعة العمل والوظائف الإدارية الرئيسية ومنها ريادة الأعمال الخضراء لمسايرة تلك التغيرات البيئية والتوجه نحو العالمية. وفي ظل التطورات المستمرة والمتزايدة في عالم الأعمال، اتجهت العديد من المنظمات إلى البحث عن مفاهيم جديدة وتمييزة، والتي تسهم في إتاحة الفرصة للنمو والازدهار، إذ اتجهت العديد من المنظمات إلى بلورة فكرة ريادة الأعمال الخضراء كوسيلة مهمة لتطوير عمل المنظمات ورفع مستوى أدائها. ولقد أصبحت الريادة من سمات التطوير للقطاع الصناعي على المستوى العالمي، وواحدة من أهم المصادر التي تساهم في الحفاظ على المجتمع والبيئة، بما تقدمه من فرص جديدة للعمل وإنشاء مشاريع صديقة للبيئة ولذلك من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة. وينبغي على المنظمات التي تسعى إلى تحقيق التنمية المستدامة على المدى البعيد أن تركز ليس فقط على الأموال بل يجب النظر إلى جميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي قد تؤثر عليها. وقد تضمن هذا البحث أربعة مباحث تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث، بينما خصص المبحث الثاني للإطار النظري للبحث وتضمن محورين خصص الأول لريادة الأعمال الخضراء وتضمن الثاني التنمية المستدامة. أما المبحث الثالث فيتمثل بالإطار العملي للبحث، في حين تضمن المبحث الرابع أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

تعد صناعة الإسمنت من الصناعات التي لها تأثير كبير في البيئة بسبب الانبعاثات من الأتربة والغازات السامة، التي دفعت الحكومات إلى إصدار القوانين والتشريعات التي تفرض على الشركات الصناعية تحمل المسؤوليات للحفاظ على البيئة، وأخذت الشركات الصناعية بكل أنواعها تسعى في الوقت الحاضر إلى تحقيق التنمية المستدامة، وجعل عملياتها الإنتاجية تتم وفق المعايير البيئية. ولقد جاء هذا البحث لمعالجة مشكلة الشركة العامة لصناعة الإسمنت الشمالية بسبب ضعف الوعي والمعرفة وتقدم عملياته الإنتاجية التي تؤثر على البيئة لعدم توفر البنية التحتية المناسبة لتبني ريادة الأعمال الخضراء التي يعكس أداؤها على تحقيق التنمية المستدامة في العمليات الإنتاجية الصديقة للبيئة، وتبنيها من خلال تصنيع وتجهيز جميع المواد التي لا تؤثر في البيئة، واستخدام الطاقة النظيفة، وإعادة تدوير مخلفات الإنتاج أو التخلص منها بطرائق ملائمة، ويمكن بلورة مشكلة البحث الحالي بالتساؤلات الآتية:-

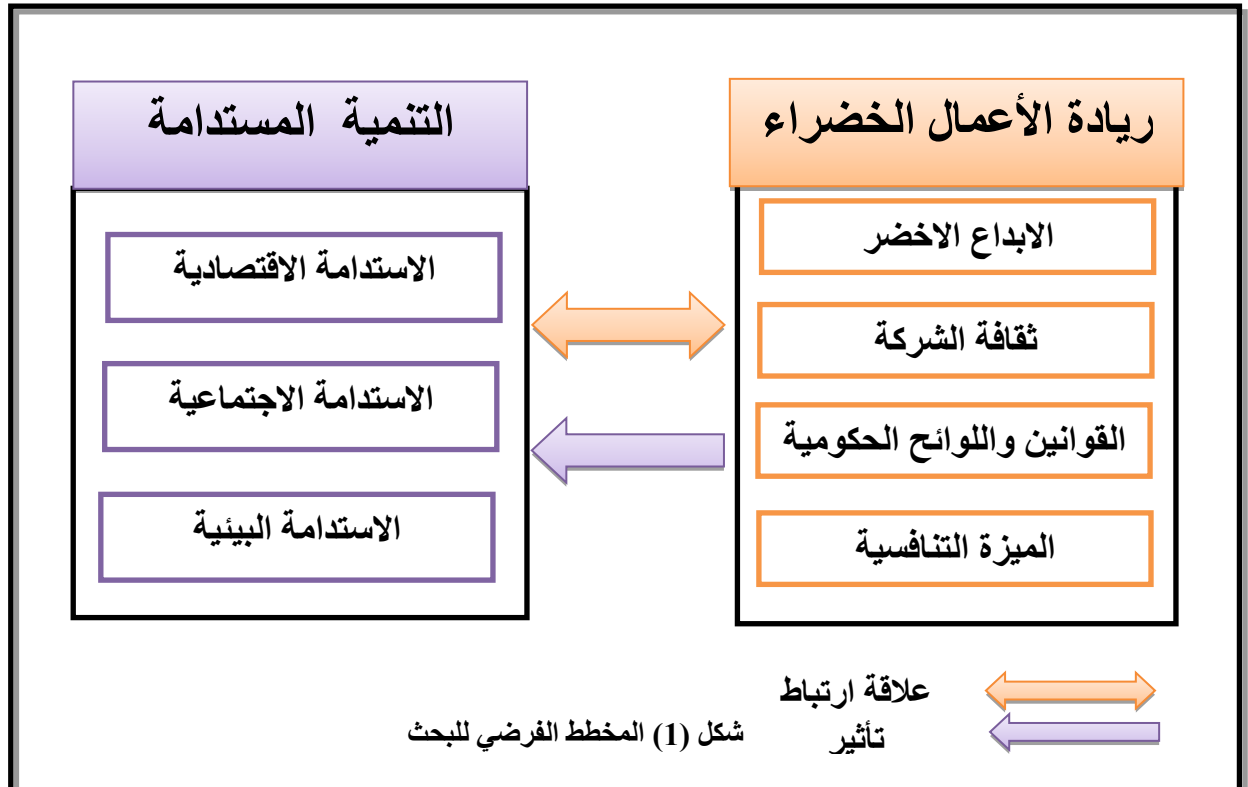
١. ما مستوى تبني الشركة المبحوثة لريادة الأعمال الخضراء في عملياته الإنتاجية؟
٢. ما مستوى اهتمام الشركة المبحوثة بالتنمية المستدامة والمحافظة عليها في أداء نشاطاته؟
٣. ما مدى وجود علاقة ارتباط بين أبعاد ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة؟
٤. ما مدى وجود تأثير لأبعاد ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة؟

ثانياً: أهمية البحث

- يستمد البحث الحالي أهميته من خلال الآتي:-
1. تعزيز الوعي البيئي وزيادة اهتمام إدارة الشركة المبحوثة بمتطلبات قيادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة، والتي تسهم في المحافظة على البيئة والزبون والموارد الطبيعية.
 2. تساهم في زيادة الوعي لتقليل الانبعاثات والتلوث البيئي والاهتمام بتنفيذ القوانين والتشريعات الحكومية الخاصة بالقضايا البيئية بشكل أفضل.
 3. أهمية تبني قيادة الأعمال الخضراء في الشركة المبحوثة للعمل بها وتطوير وتحسين الواقع العملي نحو الأفضل، كونها تعطي أهمية لبيئة العمل والمجتمع.
 4. جعل منتجات الشركة المبحوثة صديقة للبيئة وذات جودة متميزة وضرر قليل على الزبون والبيئة والعاملين فيها من خلال تبني قيادة الأعمال الخضراء في نشاطاتها لتلبية احتياجات السوق.
 5. إيجاد بيئة مستدامة خضراء خالية من التأثيرات السلبية على البيئة عند تبني أبعاد التنمية المستدامة التي تحث على استخدام الطاقة النظيفة.

ثالثاً: أهداف البحث

- يسعى البحث الحالي إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل بالآتي:
1. تقديم إطار نظري لمتغيرات البحث، من خلال عرض الأدبيات المعاصرة التي تناولت قيادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة، والتعرف على محتوياتها الفكرية واستخلاص أبرز المؤشرات المفيدة منها.
 2. تحديد طبيعة علاقات الارتباط بين قيادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة في الشركة المبحوثة.
 3. تحديد مستوى تأثير قيادة الأعمال الخضراء في التنمية المستدامة في الشركة المبحوثة.
 4. إثارة اهتمام مجتمع البحث وعينته والمهتمين في الفكر الإداري بمتغيرات البحث، وإمكانية الإفادة من نتائجه والتوصيات التي سيتوصل إليها.
- رابعاً: المخطط الفرضي للبحث
- استناداً إلى الإطار المعرفي والفكري حول متغيرات البحث، وفي ضوء مشكلة البحث وأهميته وأهدافه، تم تصميم المخطط الفرضي للبحث الذي يعبر عن العلاقات المنطقية بين متغيراته الأساسية والفرعية، وكما موضح في الشكل (1).



**خامساً: فرضيات البحث**

يقوم البحث على عدد من الفرضيات التي تمثل أهدافه، ويتم صياغتها في ضوء التسلسل المنطقي لمشكلة البحث وأهدافه.

١. الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين ريادة الأعمال الخضراء بأبعادها الفرعية والتنمية المستدامة على مستوى الشركة المبحوثة.

٢. الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لريادة الأعمال الخضراء بأبعادها الفرعية في التنمية المستدامة على مستوى الشركة المبحوثة.

سادساً: منهج البحث

استخدم هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الحقائق وفحصها للتأكد من صحتها والقيام بتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج ذات العلاقة بموضوع البحث.

سابعاً: مصادر وأساليب جمع البيانات

اعتمدت الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات في هذا البحث، وقد صممت فقراتها وفق مقياس (Likert) الخماسي، وقد اعتمد هذا البحث على مقاييس جاهزة، بما يتناسب مع مجتمع البحث، وتتكون الاستبانة من محورين، وكما في الجدول (١).

جدول (١) محاور استبانة الاستبانة

المحاور	المتغيرات الرئيسية	الأبعاد الفرعية	عدد الفقرات	المصدر
المحور الأول	ريادة الأعمال الخضراء (G E)	الابداع الأخضر ثقافة الشركة الميزة التنافسية القوانين واللوائح الحكومية	5 5 5 5	(Karimi&Chashmi, 2019)
	المجموع		٢٠	
المحور الثاني	التنمية المستدامة (S D)	الاستدامة الاقتصادية الاستدامة الاجتماعية الاستدامة البيئية	5 5 5	(Bibri et al, 2020)
	المجموع		١٥	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على المصادر الواردة فيه.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته

اختير القطاع الصناعي العراقي لتطبيق الجانب العملي للبحث، والمتمثل بـ (الشركة العامة لصناعة الاسمنت الشمالية)، وذلك لكونها من الشركات الرائدة في عملها ومتخصصة في هذا المجال، ولقد تم اختيار عينة البحث بصورة قصدية طبقية، وشملت كل من (مدير، ومعاون مدير، ومدير قسم، ومسؤول شعبة، ومسؤول وحدة)، وتم اختيار هذه القيادات بسبب طبيعة البحث الذي تتطلب قدراً من الفهم والإدراك في التعامل مع متغيرات البحث ومضامين فقرات الاستبانة، وبلغ حجم العينة (١٠٤) فرداً.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث**المحور الأول: ريادة الأعمال الخضراء****أولاً: مفهوم ريادة الأعمال الخضراء**

ان الفكر الإداري يتميز بالمواكبة للتغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال التي تحتضنها المنظمات ويعد البعد الأخضر المتغير الأساس في بيئة الأعمال ومن ذلك نجد ان الكثير من الكتاب والباحثين قد أهتموا بالتوجه الأخضر، وكيفية توظيفه لخدمة الأعمال التجارية وتنفيذ أعمال الإدارات المتعددة. وعرف (Sharma, 2017: 104) ريادة الأعمال الخضراء

هي نموذج أعمال يساعد على معالجة مشكلة المجتمع، وكذلك يضمن حالة بيئية صحية من خلال ابتكار المنتجات، والهدف الأساسي من ذلك هو كسب الربح عن طريق حماية وتحسين الظروف البيئية وبالتالي توفير شيء جديد وصادق للبيئة



وللمجتمع. في حين عرفها (Mohsen, 2018: 48) باعتبارها بداية الأعمال التي تلتزم نحو الاستدامة البيئية، وأصبحت الشواغل البيئية هي القيمة والسمة الأساسية لهذه الشركات التي تساعد على الترويج لنفسها على أنها فريدة من نوعها، وبالتالي الحصول على الميزة التنافسية. ويرى (Karimi&Chashmi, 2019: 2) إن ريادة الأعمال الخضراء هي عامل مساعد في تشكيل النظرة المستقبلية للاقتصاد الاجتماعي وخلق التغيير الثقافي والتطورات التنظيمية المرتبطة بالحدثة البيئية وتحقيق تغييرات في الجودة، وفي الهياكل والاستراتيجيات، والممارسات التنظيمية. وأشار (Nordin&Hassan, 2019: 103) إن ريادة الأعمال الخضراء هي تطوير حلول أعمال مبتكرة للتحديات البيئية التي تكون قابلة للحياة اقتصادياً وتمكيناً اجتماعياً، بحيث يهدفون أصحاب المشروعات الخضراء إلى البدء في أعمال تجارية صديقة للبيئة.

ثانياً: أبعاد ريادة الأعمال الخضراء

من أجل معرفة المرتكزات الأساسية لريادة الأعمال الخضراء لا بد من التركيز على أبعادها وقد تم الاعتماد على دراسة (Karimi&Chashmi, 2019) في تحديد أبعاد البحث، وكما يأتي:

١. **الابداع الأخضر:** إن الابداع الأخضر هو تطوير وتنفيذ منتجات وعمليات جديدة تسهم في بيئة مستدامة من خلال تسهيل إنجازات الأهداف البيئية والحد من البصمة البيئية خلال عمليات التصنيع بأكملها ودورة حياة المنتج، والتي بدورها تساعد الشركات بشكل فعال على تعزيز الإنتاجية، وسمعة الشركات وتطوير أسواق جديدة (Lin et al., 2013: 196). وعرف (Yang & Roh, 2019: 4) الابداع الأخضر بأنه عمليات وتقنيات وأنظمة ومنتجات جديدة أو معدلة لتقليل أو تجنب المشكلات البيئية. ويتكون الابداع الأخضر إما من الابداع الجذري الأخضر أو الابداع التدريجي الأخضر ويمكن تعريف الابداع الجذري الأخضر بوصفه إبداعاً فنيًا جديدًا وفريدة بسبب التغييرات الأساسية في المنتجات أو العمليات أو الخدمات الخضراء الحالية وفي الوقت نفسه يمكن تعريف الابداع التدريجي الأخضر بأنه التحسينات الطفيفة لتعزيز المنتجات أو العمليات أو الخدمات الخضراء الحالية أو التوسع من خلال وسائل التكنولوجيا البيئية (Guo et al., 2018: 3).

٢. **ثقافة الشركة:** الثقافة هي المعرفة والتفسيرات والقيم والمعتقدات والتواصل والسلوكيات لدي العديد من الأشخاص في الوقت المناسب والمكان المناسب (Ahmed & Shafiq, 2014: 22). وتعتبر أيضاً على السمة والشخصية التي تنشأ داخل المنظمة والمواقف والبروتوكولات والتفاعلات غير المكتوبة وقيم المنظمة (Morcos, 2018: 15). وشملت الثقافة التنظيمية تنبؤات الشركات وفلسفتها وخبراتها والقيم المحددة لسلوك الأعضاء، وتم التعرف عنها في صورة ذاتية للأعضاء والأعمال ضمن نطاق الشركة، والتفاعلات مع العالم الخارجي، والتنبؤات المستقبلية، وتعتمد الثقافة على معتقد وموقف والعادة والقوانين المكتوبة وغير المكتوبة التي تم تطويرها مع الزمن (Cancialosi, 2017: 5). وعرف (Adewale& Anthonia, 2013: 117) الثقافة التنظيمية هي النمط الأساسي للافتراضات والقيم والمعتقدات المشتركة التي تعتبر الطريقة الصحيحة للتفكير في المشكلات والفرص التي تواجه المنظمة والعمل عليها.

٣. **الميزة التنافسية:** تعد الميزة التنافسية أحد المفاهيم المهمة في عالم الأعمال، ويعتقد (Porter) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد أن تجد المنظمة طرقاً أكثر فاعلية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، والتي يمكن تخلق عملية الابتكار (Buran, 2016: 98). وأشار (Singh et al., 2019: 202) أن الميزة التنافسية بكونها المصدر الذي يعزز وضع الشركة في السوق بما يحقق لها الأرباح الاحتكارية ومن خلال امتيازها على منافسيها في مجالات المنتج والسعر والكلفة والتركيز على الإنتاج. في حين أشار (Yasa at, 2020: 2847) أن الميزة التنافسية هي دالة للطريقة الأفضل التي تدير بها المنظمة النظام الكلي للقيمة. وعرف (Sheth et al., 2020: 12) الميزة التنافسية بأنها القدرة على تقديم قيمة متفوقة للسوق لمدة طويلة من الزمن. في حين عرف (Kaleka & Morgan, 2017: 76) أن الميزة التنافسية هي الوسيلة التي تستطيع المنظمة من خلالها الفوز على منافسيها الآخرين.

٤. **القوانين واللوائح الحكومية:** لا تعمل المنظمات بمعزل عما يحدث في البيئة القانونية والسياسية المحيطة بها، لذا فإن على أي منظمة تريد النجاح أن تقوم بتحليل البيئة القانونية والسياسية من أجل تحديد الفرص والتحديات التي قد تفرها البيئة (Hitt et al., 2013: 72). وتتمثل بالقوانين والتشريعات التي تصدرها الدولة والمؤثرة في عمل المنظمات، إذ توجد مجموعة كبيرة من القوانين التي تؤثر على بشكل مباشر في نشاط المنظمة واستراتيجياتها (Wrothing&Britton, 2009: 171). وإن القوى القانونية والسياسية متعددة فهي تشمل القوانين والتشريعات والدوائر والأجهزة الحكومية وجماعات الضغط التي تؤثر في حركة المنظمات والأفراد داخل المجتمع (Kotler&Keller, 2009: 93).

المحور الثاني: التنمية المستدامة

أولاً: مفهوم التنمية المستدامة



تم استخدام مصطلح التنمية المستدامة الذي صاغه أول مرة رئيس الوزراء النرويجي الأسبق هارلم برونتاند للجنة (Brundtland) في عام ١٩٨٧ في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، بأنها "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة المستقبل على تلبية احتياجاتهم" (Jeffrey D, et al., ٢٠١٩ :٥). ولقد واجه مفهوم التنمية المستدامة اهتماماً محلياً وعالمياً لحماية البيئة والرفاهية الاجتماعية في سياق التنمية الاقتصادية والنمو، وتتطلب التنمية المستدامة التكامل والتوافق بين مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بطريقة تؤدي إلى ازدهار الأجيال القادمة، ولم توجه التنمية المستدامة للدولة فقط على الرغم من أنها ملزمة في الدرجة الأولى بتحقيقها إلا أن الشركات المنظمات الحكومية وغير الحكومية والمجتمعات المحلية مطالبة بتحقيقها، لأن العمل بها أو الأغفال عنها مهم لتقدم أو تدهور المجتمع (Gjuzi, ٢٠١٨:١٠٥). ومن المعروف على نطاق واسع بأن القطاع الصناعي يلعب دوراً حاسماً في تحقيق التنمية المستدامة، نظراً لتأثيره الكبير على المجتمع والبيئة، وتتعامل هذه الشركات الصناعية بشكل متزايد مع التحديات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتتخبط في العديد من الممارسات المستدامة، وتعزز مثل هذه الممارسات الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركات، والذي بدوره يمكن أن يؤثر إيجاباً على سمعة وأداء الشركة (Zimmermann, ٢٠١٩:١). وعرف (Broman & Robert, 2015: 3) التنمية المستدامة هي الشركات التي تعمل على تحقيق أعلى مستويات التنمية بشكلها المستدام من خلال التركيز على تحسين الظروف البيئية وتحقيق التنمية الاجتماعية لجميع العاملين. في حين عرف (Gao & Shiu, 2017: 3) التنمية المستدامة هي الشركات التي تعمل على تحقيق التنمية المتجددة باستمرار، والتي تتخطى العقبات البيئية الداخلية والخارجية لتلبية احتياجات المجتمع ودعم الأعمال التجارية لتلبية احتياجات السوق.

ثانياً: أبعاد التنمية المستدامة

أنفق أغلب الكتاب والباحثين بخصوص أبعاد التنمية المستدامة وفق توجهاتهم الفكرية حيث أتفق كل من (Jilcha & Kitaw, ٢٠٢٠) و (Bibri et al, ٢٠٢٠) على أن أبعاد التنمية المستدامة تتضمن الأبعاد (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، و الاستدامة البيئية).

١. **الاستدامة الاقتصادية:** ويشير البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة إلى الإجراءات المنسقة والمستدامة التي تتخذ من قبل صناعات السياسة والجماعات المشتركة بهدف تعزيز المستوى الاقتصادي، إذ يشهد الاقتصاد تغييرات كمية ونوعية نتيجة لتلك الإجراءات المستدامة، وتركز التنمية المستدامة على المساعي للتدخل في السياسات بهدف تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع (Abu El-Nasr & Mohamed, 2017: 90). وتسعى العديد من الدول في الآونة الأخيرة إلى تحقيق التنمية المستدامة والتي لا يتم تحقيقها إلا من خلال الاستدامة الاقتصادية لجميع العناصر الهيكلية، وتحقق الاستدامة الاقتصادية لكل نظام اقتصادي في أي شركة، ليس فقط بتوفير الإمكانيات ولكن أيضاً بارتفاع جودتها ودخولها إلى السوق بالمشاريع والخدمات الجديدة (Peris-Ortiz et al., ٢٠١٩:١٦٧).

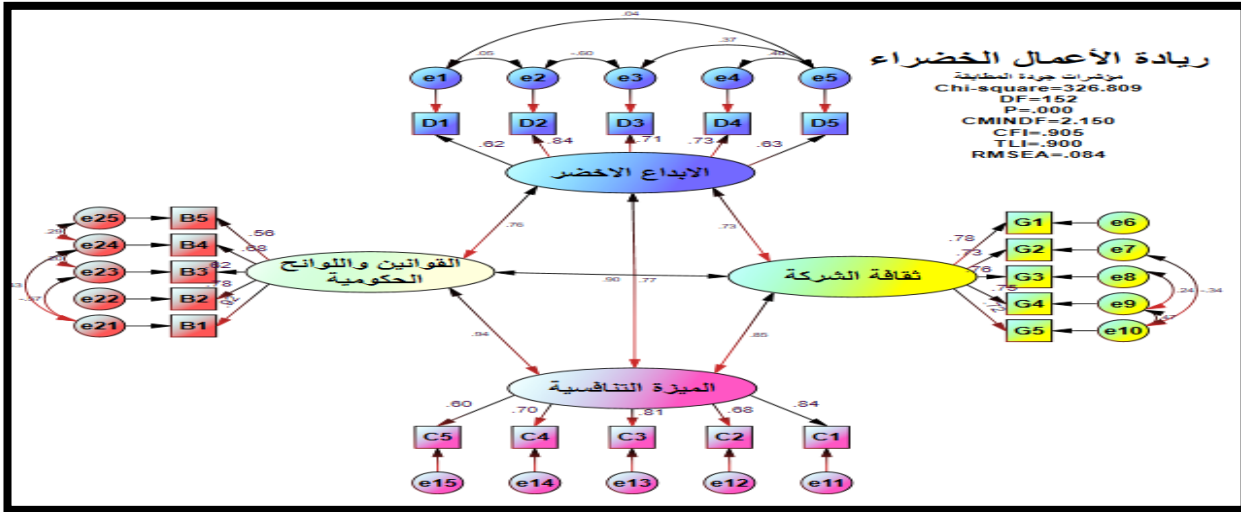
٢. **الاستدامة الاجتماعية:** يركز البعد الاجتماعي على الإنسان الذي يمثل جوهر التنمية المستدامة من خلال التركيز على العدالة الاجتماعية والحد من الفقر، وإتاحة الخدمات الاجتماعية إلى كل من يحتاجها، بالإضافة إلى تطبيق الديمقراطية المتمثلة بمشاركة الجماهير في اتخاذ القرارات بشفافية ونزاهة واستدامة الشركات في ظل التنوع الثقافي (٣): (Haffaf & Boutiaf., ٢٠١٥). وتبرز الحاجة لوجود الاستدامة الاجتماعية في القطاع الصناعي يمثل رغبة متزايدة في حماية الموارد والمحافظة عليها للأجيال القادمة، ومن هذا المنطلق يحتاج من القطاع الصناعي إلى العمل على تشكيل مجموعة من القيم والمعايير الثقافية والسلوكيات التي تعمل إلى تحقيق الاستدامة (Rasmussen, 2011:23).

٣. **الاستدامة البيئية:** تهدف الاستدامة البيئية إلى تنمية مستوى رفاهية المجتمع من خلال حماية الموارد الخام التي تستخدم لتلبية الاحتياجات الشخصية، وأيضاً عن طريق منع مختلف الآثار الناتجة عن النفايات، ويمكن تقسيم برامج الاستدامة البيئية في الشركات إلى مجالين: الأول يتمثل في زيادة الوعي بالاستدامة البيئية، والثاني تقليل النفايات (التلوث)، وتحقق الشركات فائدة عن طريق التحرك نحو الاستدامة البيئية لبناء وتحقيق الميزة التنافسية (Kucukoglu & Pinar., 2016: 3) وهذا النوع من الاستدامة يخلق بيئة آمنة وجميلة تسعى للحد من الآثار البيئية التي يكون لها دور بالحركة نحو التنمية المستدامة بإيجاد حلول للمشاكل البيئية، وينبغي للشركات أن تنظر في مجموعة من الإجراءات والسياسات والأساليب المتعلقة بالإدارة والتحسين المستمر للأداء البيئي (Tooranloo et al., 2017:8).

المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث

أولاً: التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات البحث

١. التحليل العاملي التوكيدي لمتغير ريادة الأعمال الخضراء: يوضح الشكل (٢) التحليل العاملي التوكيدي المعدل لنموذج متغير ريادة الأعمال الخضراء وفقاً لمؤشرات التعديل (Modification Indices)، والذي يتألف من أربعة أبعاد أساسية، والمكون من (٢٠) فقرة، وكما يأتي:

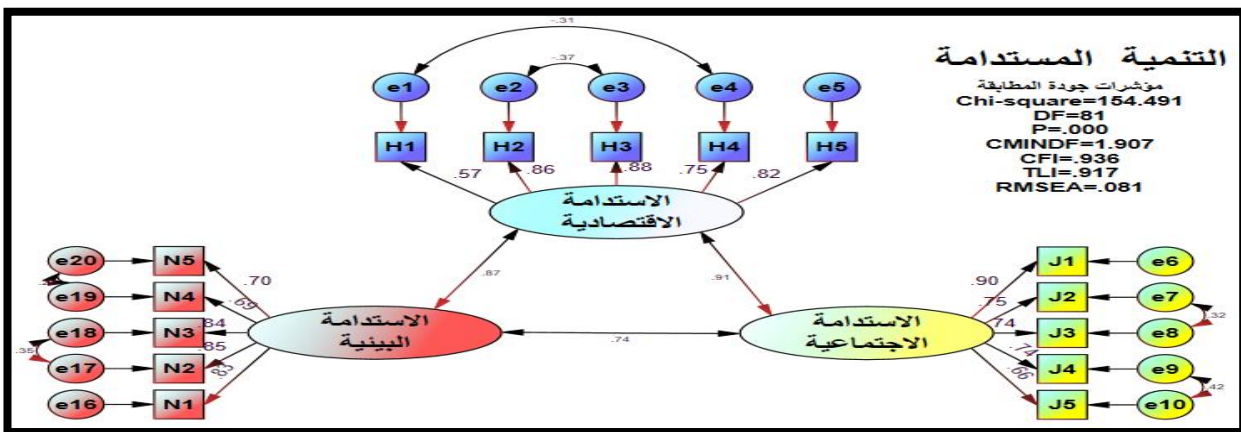


شكل (٢) الأنموذج المعدل لمتغير ريادة الأعمال الخضراء

المصدر: مخرجات برنامج (AMOS v.25).

يتبين من خلال الشكل (٢) إن جميع فقرات أنموذج متغير ريادة الأعمال الخضراء بعد التعديل والحذف هي أكبر من (0.50) وهي مطابقة لمؤشرات الجودة (Goodness of Fit)، وهذا يعني مؤشراً جيداً لإجراء كافة التحليلات الإحصائية الأخرى.

٢. التحليل العاملي التوكيدي لمتغير التنمية المستدامة: يوضح الشكل (٣) التحليل العاملي التوكيدي المعدل لنموذج متغير التنمية المستدامة وفقاً لمؤشرات التعديل (Modification Indices)، والذي يتألف من ثلاثة أبعاد أساسية، والمكون من (١٥) فقرة، وكما يأتي:



شكل (3) الأنموذج المعدل لمتغير التنمية المستدامة

المصدر: مخرجات برنامج (AMOS v.25).

يتبين من خلال الشكل (٣) إن جميع فقرات أنموذج متغير التنمية المستدامة بعد التعديل والحذف هي أكبر من (0.50) وهي مطابقة لمؤشرات الجودة (Goodness of Fit)، وهذا يعني مؤشراً جيداً لإجراء كافة التحليلات الإحصائية الأخرى.



ثانياً: التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

١. وصف وتشخيص متغير زيادة الأعمال الخضراء: يتضح من الجدول (٢) ان متغير زيادة الأعمال الخضراء حقق أجمالاً وسطاً حسابياً بلغ (٣,٤٧٧) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٩٢) وهذا يدل على قلة تشتت إجابات عينة البحث، وتأكيدهم على ان متغير زيادة الأعمال الخضراء موجود في الشركة المبحوثة، كما وبلغ معامل الاختلاف (٢٥,٤٧٢). ولترتيب الأهمية لأبعاد متغير زيادة الأعمال الخضراء تم استعمال معامل الاختلاف بالاعتماد على الوسط الحسابي والانحراف المعياري، ويتضح أن بعد (الميزة التنافسية) جاء بالترتيب الأول من حيث أبعاد متغير زيادة الأعمال الخضراء بوسط حسابي بلغ (٣,٦٣٨) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (٠,٩٥٢)، كما وبلغ معامل الاختلاف (٢٦,١٧٧). في حين جاء بعد (الابداع الأخضر) بالترتيب الرابع من حيث أبعاد متغير زيادة الأعمال الخضراء بوسط حسابي بلغ (٣,٤١٧) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (١,٠٢٥)، كما وبلغ معامل الاختلاف (٣٠,١٧٩).

جدول (٢) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأبعاد متغير زيادة الأعمال الخضراء

ت	أبعاد متغير زيادة الأعمال الخضراء	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأبعاد
١	الابداع الأخضر	3.417	1.025	30.179	الرابع
٢	ثقافة الشركة	3.432	0.921	26.841	الثاني
٣	الميزة التنافسية	3.638	0.952	26.177	الأول
4	القوانين واللوائح الحكومية	3.421	0.963	27.275	الثالث
	متغير زيادة الأعمال الخضراء	3.477	0.892	25.472	

الجدول: مخرجات برنامج (SPSS V.25).

٢. وصف وتشخيص متغير التنمية المستدامة: يتضح من الجدول (٣) ان متغير التنمية المستدامة حقق أجمالاً وسطاً حسابياً بلغ (٣,٥٠٨) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (٠,٧٩١) وهذا يدل على قلة تشتت إجابات عينة البحث، وتأكيدهم على ان متغير التنمية المستدامة موجود في الشركة المبحوثة، كما وبلغ معامل الاختلاف (٢٣,٤٤٥). ولترتيب الأهمية لأبعاد متغير التنمية المستدامة تم استعمال معامل الاختلاف بالاعتماد على الوسط الحسابي والانحراف المعياري، ويتضح أن بعد (الاستدامة الاقتصادية) جاء بالترتيب الأول من حيث أبعاد متغير التنمية المستدامة بوسط حسابي بلغ (٣,٦٨٧) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٦٠)، كما وبلغ معامل الاختلاف (٢٣,٣٣٨). في حين جاء بعد (الاستدامة الاجتماعية) بالترتيب الثالث من حيث أبعاد متغير التنمية المستدامة بوسط حسابي بلغ (٣,٤١٢) وبمستوى تقييم جيد، وبانحراف معياري مقداره (٠,٩٥٣)، كما وبلغ معامل الاختلاف (٣١,٣٣٢).

جدول (٣) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأبعاد متغير التنمية المستدامة

ت	أبعاد متغير التنمية المستدامة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأبعاد
١	الاستدامة الاقتصادية	3.687	0.860	23.338	الأول
٢	الاستدامة الاجتماعية	3.412	0.953	31.332	الثالث
٣	الاستدامة البيئية	3.426	0.874	25.808	الثاني
	متغير التنمية المستدامة	٥٠٨٣.	0.791	23.445	

الجدول: مخرجات برنامج (SPSS V.25).

ثالثاً: اختبار وتحليل فرضيات البحث

١. اختبار وتحليل فرضيات الارتباط: سيتم اختبار علاقة الارتباط بين المتغير المستقل زيادة الأعمال الخضراء بأبعادها (الابداع الأخضر، ثقافة الشركة، الميزة التنافسية، القوانين واللوائح الحكومية)، والمتغير التابع التنمية المستدامة بأبعادها (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، الاستدامة البيئية)، عبر استعمال معامل الارتباط (Pearson) لاكتشاف قوة



العلاقة بين المتغيرات، ويعد من أكثر الأساليب الإحصائية استخداماً لتحديد العلاقة بين المتغيرات في العلوم الإدارية، وكما مبين في الجدول (٤) الآتي.

جدول (٤) قيم الارتباط بين أبعاد ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة

المتغير المعتمد	أبعاد متغير ريادة الأعمال الخضراء	قيمة الارتباط ومستوى الدلالة	Z	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة	الدلالة
التنمية المستدامة	الابداع الاخضر	R 0.836**	10.937	طردية موجبة	قوية	معنوي
		Sig 0.000				
	ثقافة الشركة	R 0.813**	10.285	طردية موجبة	قوية	معنوي
		Sig 0.000				
	الميزة التنافسية	R 0.760**	9.021	طردية موجبة	قوية	معنوي
Sig 0.000						
القوانين واللوائح الحكومية	R 0.722**	8.257	طردية موجبة	قوية	معنوي	
	Sig 0.000					
ريادة الأعمال الخضراء	R 0.847**	11.278	طردية موجبة	قوية	معنوي	
	Sig 0.000					
						عدد الفرضيات المقبولة
						النسبة المئوية
						%100
						** الارتباط عند مستوى دلالة ٠,٠١
						حجم العينة = ١٠٤

الجدول: مخرجات برنامج (SPSS V.25)

إذ يتضح من خلال الجدول (٤) الآتي:

أ. تشير النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة بصورة مجتمعة، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (**0,847) عند مستوى دلالة (0,000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05), إذ بلغت قيمة (Z) المحسوبة (11,278) وهي أكبر من قيمة (Z) الجدولية البالغة (1,96), وتشير هذه النتيجة إلى معنوية قيمة الارتباط, إذ جاءت بمستوى قوي. وهذا يوفر دعماً كافياً لقبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين ريادة الأعمال الخضراء بأبعادها الفرعية والتنمية المستدامة على مستوى الشركة المبحوثة).

ب. تشير النتائج أيضاً إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد ريادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة على المستوى الفرعي، إذ بلغت قيم معاملات الارتباط (**0,836, **0,813, **0,760, **0,722) على التوالي، وجميعها عند مستوى دلالة (0,000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05), وتشير هذه النتائج إلى معنوية قيم معاملات الارتباط, إذ جاءت جميعها بمستوى قوي. وهذا ما يدعم قبول الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى.

٢. اختبار وتحليل فرضيات التأثير: سيتم اختبار فرضيات التأثير بين متغيرات وأبعاد البحث المتمثلة في المتغير المستقل ريادة الأعمال الخضراء بأبعادها (الابداع الاخضر, ثقافة الشركة, الميزة التنافسية, القوانين واللوائح الحكومية), والمتغير التابع التنمية المستدامة بأبعادها (الاستدامة الاقتصادية, الاستدامة الاجتماعية, الاستدامة البيئية), وسيجري اختبار فرضيات التأثير عن طريق تحليل الانحدار الخطي البسيط (simpleliner regression), لغرض تحديد إمكاناته الحكم بقبول الفرضية أو رفضها, وكما في الجدول (٥):

جدول (٥) المؤشرات الإحصائية لتحليل تأثير أبعاد ريادة الأعمال الخضراء في التنمية المستدامة

المتغير المعتمد	أبعاد متغير ريادة الأعمال الخضراء	(R ²)	Adjusted (R ²)	(F)	(t)	Sig	الدلالة
التنمية	الابداع الاخضر (α)	0.586	0.582	147,104	12,129	0,000	دال

						المستدامة
					0.588	(β)
دال	٠,٠٠٠	٩,٤٠٧	٨٨,٤٩٢	٠.455	0.460	ثقافة الشركة
					2.046	(α)
					٠.509	(β)
دال	٠,٠٠٠	٩,٢٦٣	٨٥,٨١٢	٠.447	٠.452	الميزة التنافسية
					1.670	(α)
					٠.579	(β)
دال	٠,٠٠٠	١٠,٢١٣	١٠٤,٣٠٨	٠.496	٠.501	القوانين واللوائح الحكومية
					1.605	(α)
					٠.596	(β)
دال	٠,٠٠٠	١٣,٢١٣	١٧٤,٥٧٣	٠.623	٠.627	متغير قيادة الأعمال الخضراء
					1.161	(α)
					٠.712	(β)

قيمة (F) الجدولية = ٣,٩٤
قيمة (t) الجدولية = ١,٩٨٤
حجم العينة = 104

الجدول: مخرجات برنامج (SPSS V.25)

إذ يتضح من خلال الجدول (٥) الآتي:

أ. تشير النتائج إلى أن قيمة (F) المحسوبة بين قيادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة بصورة مجتمعة بلغت (١٧٤,٥٧٣) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٣,٩٤) عند مستوى دلالة (0.05)، وبناءً عليه تقبل الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على (يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية لقيادة الأعمال الخضراء بأبعادها الفرعية في التنمية المستدامة على مستوى الشركة المبحوثة). إذ يتبين من قيمة معامل التحديد المصحح (R^2) البالغة (٠,٦٢٣) يتبين بان قيادة الأعمال الخضراء تفسر ما نسبته (٦٢٪) من المتغيرات التي تطرأ على التنمية المستدامة أما النسبة الباقية والبالغة (٣٨٪) فتعود إلى متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج البحث.

ب. تشير النتائج أيضاً إلى أن هنالك تأثير معنوي لأبعاد قيادة الأعمال الخضراء في التنمية المستدامة على المستوى الفرعي، إذ بلغت قيم (F) المحسوبة (١٤٧,١٠٤، ٨٨,٤٩٢، ٨٥,٨١٢، ١٠٤,٣٠٨) على التوالي وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٣,٩٤) عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتائج إلى معنوية التأثير لأبعاد قيادة الأعمال الخضراء في التنمية المستدامة، وهذا ما يدعم قبول الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات: يتم هنا استعراض لأهم الاستنتاجات التي توصل إليها البحث:

- أظهرت النتائج بتبني الشركة المبحوثة لأبعاد قيادة الأعمال الخضراء، وهذا مؤشر على أدراك إدارة الشركة المبحوثة للدور الذي تلعبه قيادة الأعمال الخضراء في دعم التنمية المستدامة.
- أظهرت النتائج هنالك اهتمام من قبل الشركة المبحوثة للأبعاد الأخضر والميزة التنافسية من خلال تقديم الأفكار الإبداعية والابتكارية المستدامة، والاهتمام بالاستراتيجيات والخطط الاستباقية ولاسيما في المجالات التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية.

٣. أظهرت النتائج إسهام أبعاد قيادة الأعمال الخضراء في التأثير وبشكل مباشر وإيجابي في تحقيق التنمية المستدامة، وهذا يفسر امتلاك الشركة المبحوثة الإمكانيات والقدرات التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

٤. أظهرت النتائج هنالك اهتمام من قبل الشركة المبحوثة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال الاستدامة الاقتصادية والبيئية، إذ تساهم في زيادة الانتاج وتقليل البطالة، والمحافظة على البيئة.

ثانياً: التوصيات: بناءً على الاستنتاجات التي توصل إليها البحث فقد تم تخصيص جملة من التوصيات:

١. ضرورة استثمار العلاقة الإيجابية بين قيادة الأعمال الخضراء والتنمية المستدامة في الشركة المبحوثة من أجل زيادة الاهتمام بالبيئة والإفادة منها في تحسين سمعة الشركة.



٢. زيادة وعي القيادات الإدارية بأهمية الأبداع الأخضر والميزة التنافسية في الشركة المبحوثة لكونها تعد من الأبعاد المهمة في تحقيق التنمية المستدامة في توليد الخدمات الجديدة المقدمة، وتطوير القائم منها.

٣. ضرورة العمل على تعزيز الاستدامة الاقتصادية والبيئية من قبل إدارة الشركة المبحوثة من خلال زيادة الانتاج وتقليل نسبة البطالة، والمحافظة على البيئة، لما لها من دور كبير في عمليات التنمية المستدامة وتحريك العجلة الاقتصادية للبلد.

٤. تعزيز وعي وثقافة الكادر الوظيفي في الشركة المبحوثة بضرورة الاهتمام بالتنمية المستدامة، والآليات والإجراءات المناطة إليهم والتي يمكن أن تسهم في تحقيق التنمية المستدامة، ويتم ذلك عن طريق إقامة الدورات والندوات والمؤتمرات وغيرها.

المصادر والمراجع

1. Abu El-Nasr, Medhat & Mohamed, Yasmine Medhat, (2017), "**Sustainable Development**" Its Concept - Dimensions - Its Indicators, The Arab Group for Training and Publishing, First Edition, Deposit Number: 1509/2017, 8 A, Ahmed Fakhry Street, Nasr City, Cairo.
2. Adewale, Osibanjo Omotayo & Anthonia, Adeniji Adenike, (2013), "**Impact of Organizational Culture on Human Resource Practices**": A Study of Selected Nigerian Private Universities, Journal of Competitiveness Vol. 5, Issue 4, pp. 115-133, December 2013.
3. Ahmed, Mashal&Saima, Shafiq, (2014), "**The Impact of Organizational Culture on Organizational Performance**": A Case Study of Telecom Sector, Global Journal of Management and Business Research (A) Volume XIV Issue III Version I Year 2014 Global Journals Inc. (US) 22 1 2014.
4. Bibri, Simon Elias, Krogstie, John, Kärrholm, Mattias, (2020), "**Compact City Planning and Development: Emerging Practices and Strategies for Achieving the Goals of Sustainable Development** ", Journal Preproof, Vol. 4.
5. Broman, Goran Ingvar & Robert, Karl-Henrik, (2015), "**A framework for strategic sustainable development**", Journal of Cleaner Production, PP:17-31.
6. Cancialosi, C. (2017, July 17) "**What is Organizational Culture?** " Retrieved from <https://gothamculture.com>.
7. Gao, Shih-Heng, Shiue, Yih-Chearng,(2017), "**A Comprehensive Evaluation of Sustainable Development Ability and Pathway for Major Cities in China**", Publisher by Multidisciplinary Digital Publishing Institute, Vol. 9, No. 8.
8. Gjuzi, Jola, (2018), "**Stabilization Clauses in International Investment Law: A Sustainable Development Approach**", First edition, Springer Nature Switzerland AG, Tirana, Albania.
9. Haffaf, Souad & Boutiaf, Malika, (2015), "**The Social Dimension of Sustainable Development in Algeria in Light of Low Oil Prices**", Missiba Ben Bou Ali Chlef University – Alger.
10. Hitt, Michael A, ; R. Duane Ireland & Robert E. Haskisson, (2013), **Strategic Management Concept: Competitiveness and Globalization** 11th Edition, South-Western, Cengage Learning, Mason, USA.
11. Jeffrey D., et al.(2019), "**Handbook of Green Finance Energy Security and Sustainable**", company Springer Nature Singapore Pte Ltd.



12. .Jilcha, Kassu, Kitaw, Daniel, (2017), "**Industrial occupational safety and health innovation for sustainable development**", Engineering Science and Technology an International Journal, Vol. 20, pp: 372–380.
- 13.Kaleka, A., & Morgan, N. A. (2017), "**Which competitive advantage (s)? Competitive advantage–market performance relationships in international markets**". Journal of International Marketing, 25(4), 25-49.
- 14.Karimi, Reza Fotovat & Chashmi Seyed Ali Nabavi, (2019), "**Designing Green Entrepreneurship Model in Sustainable Development Consistent with the Performance of Tehran Industrial Towns**", JOURNAL OF BUSINESS-TOBUSINESS MARKETIN.
15. Kotler, Philip & Keller, Kevinlane, (2009), "**A Frame Work for Marketing Management**" 4 th Ed., Person Prentice Hall, New Jersey,
16. Kucukoglu, Mubeyyen Tepe & Pinar, Recep İbrahim, (2016), "**The Mediating Role of Green Organizational Culture between Sustainability and Green Innovation**": A Research in Turkish Companies, School of Applied Sciences, Trakya University.
17. Lin, Ru-Jen, Chen, Rong-Huei & Ho,Thao-Minh, (2013), "**MARKET DEMAND, GREEN INNOVATION, AND FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM HYBRID VEHICLE INDUSTRY**", Journal of Product Innovation Management, Vol. 21.
- 18.Mohsen, Ahsanullah, (2018), "**Green Entrepreneurship in Afghanistan: Prospects and Challenges**", The Asian Journal of Technology Management Vol. 11 No. 1: 46-5 .
19. Morcos, Michael, (2018), "**Organizational culture: Definitions and Trends**", M Morcos 580438.
20. Nordin, Rafidah & Hassa, Ramraini Ali, (2019), "**The Role of Opportunities for Green Entrepreneurship Towards Investigating the Practice of Green Entrepreneurship among SMEs in Malaysia**", Review of Integrative Business and Economics Research, Vol. 8, Supplementary Issue 1.
21. Peris-Ortiz, Marta, Ferreira, João J., Lindahl, Jose M. Merigó, (2019), "**Knowledge, Innovation and Sustainable Development in Organizations: A Dynamic Capabilities Perspective**", First edition, Springer International Publishing AG, Washington, USA.
22. Rasmussen, Joseph E., (2011), "**Transitioning To Green: Implementing A Comprehensive Environmental Sustainability Initiative On A University Campus**", dissertation Doctorate, College of Education, California State University.
23. Sheth, J., Jain, V., & Ambika, A., (2020), "**Repositioning the customer support services**": the next frontier of competitive advantage. European Journal of Marketing.
- 24.Singh, S. K., Chen, J., Del Giudice, M., & El-Kassar, A. N., (2019), "**Environmental ethics, environmental performance, and competitive advantage**": role of environmental training. Technological Forecasting and Social Change, 146, 203-211.
25. Sharma, Asha Mamraj, (2017), "**Green Entrepreneurship**".
26. Tooranloo, Hossein Sayyadi, Azadi, Mohmmad Hossein, Sayyahpoor, Ali, (2017), "**Analyzing Factors Affecting Implementation Success of Sustainable Human Resource**".



Management (SHRM) using a Hybrid Approach of FAHP and Type-2 Fuzzy DEMATEL"

, Journal of Cleaner Production , Vol. 6, No. 109.

27. Yang, Ji Yeon & Roh, Taewoo, (2019), ***"Open for Green Innovation: From the Perspective of Green Process and Green Consumer Innovation"***, Sustainability 2019, 11, 3234;

28. Yasa, N., Giantari, I. G. A. K., Setini, M., & Rahmayanti, P., (2020), ***"The role of competitive advantage in mediating the effect of promotional strategy on marketing performance"***, Management Science Letters, 10(12), 2845-2848

29. Zimmermann, Salome, (2019), ***"Same Same but Di_erent: How and Why Banks Approach Sustainability"***, Vol. 11, No. 8.