



The effect of green intellectual capital on organizational reputation.¹
Akram Youssef Muhammad¹ **Dr. Hossam Hussein Shiaa²**
تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية

أ. م. د. حسام حسين شياا²

hussam.h@uokerbala.edu.iq

أكرم يوسف محمد¹

akram.y@s.uokerbala.edu.iq

1 & 2. Economics and Administration College - Karbala University

2.1. كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء



Article information

Article history: DD/MM/YYYY

Received : 19/3/2024

Accepted : 3/4/2024

Available online: 6 /6/2024

Keywords:

Green intellectual capital -
organizational reputation.

Private universities and colleges
in Karbala.

تاريخ الاستلام: 2024/3/19

تاريخ قبول النشر: 2024/4/3

تاريخ النشر: 2024 /6 /6

الكلمات المفتاحية

رأس المال الفكري الأخضر - السمعة
التنظيمية - الجامعات والكليات الأهلية في
كربلاء

Abstract

The research reviews the understanding of the impact of green intellectual capital on organizational reputation by analyzing the relationship between their dimensions. It aims to assist the management of private universities and colleges in enhancing sustainable environmental performance. The study began with a main problem that included questions about the nature of the relationship between its variables, including the extent of interest of private universities in Karbala in green intellectual capital and its dimensions. The study adopted purposive sampling, with the number of individuals who responded to the study being 131 leaders and academics. The researchers utilized various statistical methods such as SPSS, Microsoft Excel 2016, and AMOS. The results showed significant correlation and influence between green intellectual capital and organizational reputation. The researchers recommend increasing focus on green intellectual capital dimensions to improve organizational reputation.

Citation: Muhammad, Akram Youssef & Shiaa, Hossam Hussein. (2024). The effect of green intellectual capital on organizational reputation, *Iraqi Journal for Administrative Sciences*, 20 (80), 160-181.

الاقتباس: محمد، أكرم يوسف، شياا، حسام حسين (2024). تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية، *المجلة العراقية للعلوم الإدارية*، 20(80)، 160-181.

المستخلص

يستعرض البحث فهم تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية من خلال تحليل العلاقة بين أبعاد كل منهما بهدف البحث إلى مساعدة إدارة الجامعات والكليات الأهلية في تعزيز الأداء البيئي المستدام، انطلقت الدراسة بمشكلة رئيسة تضمنت تساؤلات حول طبيعة العلاقة بين متغيراتها ومنها مدى اهتمام الجامعات الأهلية في كربلاء برأس المال الفكري الأخضر وأبعاده، واعتمدت الدراسة العينة القصدية، وبلغ عدد الأفراد الذين استجابوا للدراسة (131) قائداً إدارياً وأكاديمياً، وقد استخدم الباحثان أساليب إحصائية متنوعة مثل المنهج التحليلي الوصفي، (SPSS, Microsoft Excel 2016, AMOS)، أظهرت النتائج وجود علاقتي ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين رأس المال الفكري الأخضر والسمعة التنظيمية، يوصي الباحثان بضرورة زيادة الاهتمام بأبعاد رأس المال الفكري الأخضر لتحسين السمعة التنظيمية

¹ بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة (تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية)

المقدمة Introduction

في ظل تزايد التحديات البيئية والاجتماعية في العالم، أصبحت الإستراتيجيات المستدامة ضرورة لنجاح المؤسسات في العصر الحالي، فرأس المال الفكري الأخضر يُعتبر عنصرًا حيويًا يجمع بين الابتكار والاستدامة، حيث يُسهم في بناء سمعة قوية للمؤسسات من خلال تطوير منتجات وخدمات تعكس الجودة البيئية والاجتماعية المحسنة، وبناء صورة تنظيمية إيجابية تعكس التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية. تتجلى أهمية هذه الدراسة في استكشاف تأثير رأس المال الفكري الأخضر على سمعة الجامعات الأهلية، وتحديد السبل التي تساهم في تعزيز تميزها وجاذبيتها كمراكز للتعليم العالي الملتزمة بالاستدامة والمسؤولية الاجتماعية، يبرز دور الجامعات الأهلية في كربلاء كمراكز مؤثرة في تحسين المجتمع، حيث يعزز تبنيها للأفكار الخضراء وتصديها للتحديات البيئية والاقتصادية من خلال التصرف بفاعلية وكفاءة. يستعرض البحث أيضًا أهمية استثمار المؤسسات في الاستدامة والبيئة في تعزيز سمعتها وثقة الجمهور بها، وقد تم تقسيم البحث إلى أربعة أقسام. يتناول القسم الأول المنهجية العلمية، ويستعرض القسم الثاني المرتكزات الفكرية والمفاهيمية لمتغيرات البحث. في القسم الثالث، يتم التطرق إلى البحث الميداني، أما القسم الرابع فيتناول عرض أهم الاستنتاجات والتوصيات المستقبلية.

منهجية البحث**Research Methodology****أولاً: مشكلة البحث Research problem**

انبثاقاً مع التطور المفاهيمي الأكاديمي وسرعة التغير التي تشهدها الجامعات على الصعيدين المحلي والعالمي، ولزيادة الاعتمادية على مفهوم رأس المال الفكري الأخضر بشكل أكثر، وهذا أمر حيوي لضمان استمرارية النشاط الأكاديمي وتحقيق التفوق في بيئة تعليمية تنافسية (Ali et al., 2021:869). ورغم دور الجامعات البارز في تعزيز الوعي البيئي والاستدامة، إلا أن هناك تحديات تواجه فهم وتبني مفهوم رأس المال الفكري الأخضر وتأثيره على سمعتها التنظيمية، تتمثل هذه التحديات في ضعف الوعي لدى بعض القيادات العليا بأهمية السمعة التنظيمية، فضلاً عن عدم التزام بعض الجامعات بالممارسات البيئية والاستدامة، مما يعرضها لفقدان الفرص في تعزيز سمعتها وتحقيق التميز في الساحة الأكاديمية (Mazzoleni & Nelson, 2005:2).

إذ تبرز المشكلة الرئيسة للدراسة بضعف الرؤيا الإدراكية للقيادات العليا في الجامعات المبحوثة لمستوى أهمية تأثير رأس المال الفكري الأخضر على سمعة الجامعات التنظيمية في كربلاء المقدسة عينة البحث، وتحديد الفجوات في فهم وتطبيق هذا المفهوم في سياق العمل الأكاديمي، ومن المتوقع أن يسهم تطبيق نتائج هذه الدراسة في تحسين إستراتيجيات الإدارة وتعزيز السمعة التنظيمية للجامعات، مما يسهم في تعزيز مكانتها في المجتمع الأكاديمي والمجتمع بشكل عام.

إذ تتضح المشكلة بشكل أكثر وضوحاً من خلال الأسئلة الآتية:

- 1- ما مدى اهتمام الجامعات الأهلية في كربلاء برأس المال الفكري الأخضر وأبعاده (رأس المال البشري الأخضر، رأس المال الهيكلي الأخضر، رأس المال العلائقي الأخضر)؟
- 2- ما مدى اهتمام الجامعات الأهلية في كربلاء بالسمعة التنظيمية وأبعاده (الجودة، المسؤولية، الجاذبية، الأداء)؟
- 3- كيف يمكن تحديد مستوى الارتباط بين رأس المال الفكري الأخضر والسمعة التنظيمية؟
- 4- كيف يمكن قياس تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية في الجامعات الأهلية في كربلاء؟

ثانياً: أهداف البحث research aims

يتمثل الهدف للدراسة الحالية ببيان تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية في الجامعات الأهلية في كربلاء، فضلاً عن ذلك يمكن أن نحدد مجموعة من الأهداف الأخرى التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها وهي كما يأتي:

- 1- تشخيص مدى اهتمام الجامعات الأهلية في كربلاء في رأس المال الفكري الأخضر وأبعاده (رأس المال البشري الأخضر، رأس المال الهيكلي الأخضر، رأس المال العلائقي الأخضر).

- 2- تشخيص مدى اهتمام الجامعات الأهلية في كربلاء في السمعة التنظيمية وأبعادها (الجودة، المسؤولية، الجاذبية، الأداء).
- 3- تحديد مستوى الارتباط بين رأس المال الفكري الأخضر والسمعة التنظيمية.
- 4- قياس تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية في الجامعات الأهلية في كربلاء.

ثالثاً: أهمية البحث research importance

يعد رأس المال الفكري الأخضر أحد الجوانب المهمة التي تثير اهتمام الجامعات والمؤسسات التعليمية في الوقت الحالي، نظراً لتزايد الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية والبيئية بهدف تعزيز السمعة التنظيمية للمنظمات. وفي ضوء ذلك، يمكن بيان أهمية الدراسة بالأمور الآتية:

- 1- تسلط الضوء على أهمية تبني الجامعات الأهلية للأفكار الخضراء، حيث يسهم ذلك في الحفاظ على البيئة وبناء سمعة إيجابية، مما يعزز التفوق التنافسي للمؤسسات التعليمية.
- 2- استكشاف مستوى الفائدة التي يمكن للمؤسسات تحقيقها من تكامل رأس المال الفكري الأخضر يعزز فهمنا لكيفية تعزيز السمعة التنظيمية وتحسين أدائها.
- 3- تعزيز فهم الباحثين للمفاهيم الحديثة في مجال الإدارة، مما يسهم في تقدم البحث العلمي وتطوير المناهج التعليمية.
- 4- توفير إطار مفاهيمي يمكن للباحثين استخدامه في البحوث المستقبلية، والذي يساعد في توجيه الجهود البحثية نحو المواضيع ذات الأهمية العالية.
- 5- توضيح أهمية فحص الأنشطة الصديقة للبيئة وتقديم تصور حول كيفية الحفاظ عليها، وهو أمر مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسمعة التنظيمية، حيث يسهم التركيز على استدامة الأنشطة في بناء سمعة إيجابية للجامعات وتعزيز التفاعل الإيجابي مع الزبائن والمجتمع المحلي.

رابعاً: متغيرات البحث ومقاييسه المعتمدة The variables of research and their adopted measures

الجدول (1) يوفر توضيحاً حول متغيرات الدراسة الرئيسية وأبعادها الفرعية، فضلاً عن عدد الفقرات المتضمنة، ويوضح مصدر المقياس المعتمد لكل متغير.

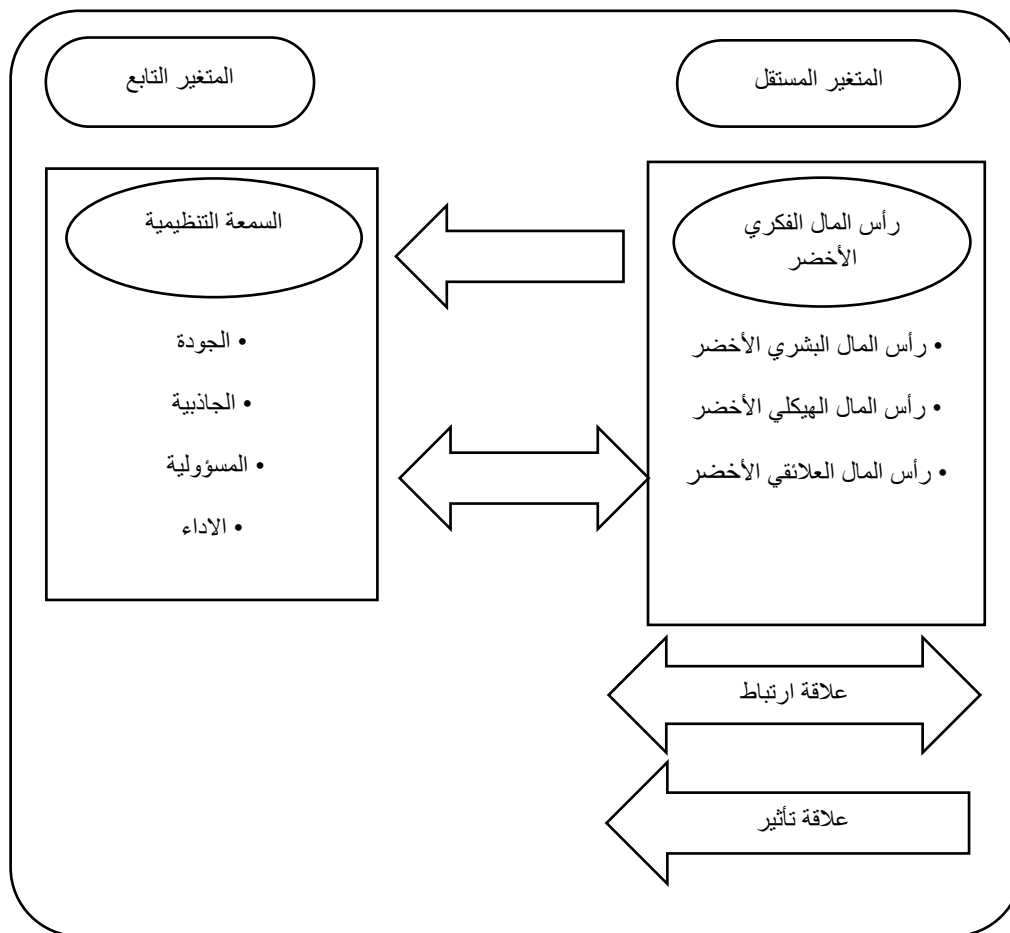
الجدول (1) متغيرات البحث الرئيسية وأبعادها الفرعية والمقاييس المعتمدة

مصدر المقياس	عدد الفقرات	المتغيرات الفرعية	المتغيرات الرئيسية
(Chen, 2008:274-275)	5	رأس المال البشري الأخضر	راس المال الفكري الأخضر
	9	رأس المال الهيكلي الأخضر	
	5	رأس المال العلائقي الأخضر	
(Sala, 2011:5)	5	الجودة	السمعة التنظيمية
	7	الجاذبية	
	7	المسؤولية	
	7	الأداء	

المصدر: اعداد الباحثين

خامساً: المخطط الفرضي للبحث Hypothetical outline of the research

يُعرف عادة كإطار توضحي للمتغيرات الرئيسية والعلاقات المفترضة بينها في البحث العلمي، حيث تم استخدام هذا المخطط التوجيهي في تصميم البحث وتحديد الفروض الرئيسية التي سيتم اختبارها. حيث يوضح الشكل (1) المخطط الذي يُظهر العلاقة بين المتغيرات وكيفية تأثير تغيير في متغير واحد على آخر.



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

سادساً: فرضيات البحث Research hypotheses

استناداً إلى نموذج البحث وأهدافه، سنصيغ فرضيات البحث، و سيتم تحليل ومعالجة هذه الفرضيات إحصائياً، و تقييم صحتها أو خطأها من قبل الجانب الميداني، وبناءً على ذلك يمكن تقسيم الفرضيات على النحو الآتي:

أولاً: الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين رأس المال الفكري الأخضر والسمعة التنظيمية على مستوى المتغيرات الرئيسية والأبعاد الفرعية في الجامعات عينة الدراسة وتفرع منها:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال البشري الأخضر والسمعة التنظيمية.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال الهيكلي الأخضر والسمعة التنظيمية.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال العلائقي الأخضر والسمعة التنظيمية.

ثانياً: الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لرأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية على مستوى المتغيرات الرئيسية والأبعاد الفرعية في الجامعات عينة الدراسة وتنتفع منها:

- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لرأس المال البشري الأخضر في السمعة التنظيمية.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لرأس المال الهيكلي الأخضر في السمعة التنظيمية.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لرأس المال العلائقي الأخضر في السمعة التنظيمية.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته Research population and sample

- 1- مجتمع البحث: استناداً إلى الهدف الأساسي للدراسة، الذي يتمثل في فهم إلى أي مدى يؤثر رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية، قرر الباحثان اختيار مجال الدراسة ليكون الجامعات والكليات الجامعة الأهلية في محافظة كربلاء، تُعد هذه المؤسسات من المؤسسات الرسمية التي تعمل تحت إشراف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، وتبلغ عددها (9) جامعات وكليات جامعة.
- 2- عينة البحث: شملت عينة البحث القادة الإداريين والأكاديميين، إذ بلغ حجم المجتمع (173) مدير وتم اختيار كامل المجتمع، تم استرجاع (131) استبياناً كانت جميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

ثامناً: الأساليب الإحصائية المستعملة Statistical methods used

تم استخدام برامج إحصائية مثل (SPSS، Amos، و Microsoft Excel 2016) لتحليل البيانات في دراستنا، تم قياس جودة البيانات وحساب المتوسطات ومعامل الارتباط البسيط، كما تم استخدام نمذجة المعادلة الهيكلية لفحص الفروض البحثية وتحليل العلاقات بين المتغيرات بشكل شامل، مما أسفر عن إجابات دقيقة وتحقق من فروض البحث.

الجانب النظري Theoretical framework

اولاً: رأس المال الفكري الأخضر Green intellectual capital

- 1- مفهوم رأس المال الفكري الأخضر **The concept of green intellectual capital**
يواجه العالم اليوم تحديات بيئية كبيرة ناتجة عن التلوث والأضرار البيئية. مع ارتفاع وعي الجماهير حول القضايا البيئية، أصبحت القضية الخضراء مفهوماً عالمياً، لذا يجب على المنظمات اتخاذ قرارات وتنفيذ مبادرات لمواجهة التأثيرات البيئية، يُطلب منها اعتماد جميع السبل التي تسمح لها بالبقاء في عصر السياسات الخضراء، لذا فإن دراسات رأس المال الفكري الأخضر جذبت اهتمام الباحثين، حيث أبرزت أهميته في المجال الإداري نظراً لاحتضانه المفاهيم البيئية. (مشكور وآخرون، 2022:431). وأن أول من قام بتقديم رأس المال الفكري الأخضر (Chen,2008:277) والذي عرفه على أنه تجمع الأصول غير المادية وغير ملموسة والمعرفة والقدرات والروابط على مستوى الموظفين المتعلقة بحماية البيئة والابتكار البيئي داخل المنظمة.
فيما أضافت (Chahal & Bakshi,2014:60) بأن رأس المال الفكري الأخضر يمثل مورداً غير ملموس يحمل إمكانية إضافة قيمة في المستقبل، حيث يتمثل في الاستفادة من المعرفة والتجارب لابتكار أفكار جديدة وتطوير منتجات مستدامة للبيئة.
فيما وضح كل من (Yusliza et al.,2020:8) ان رأس المال الفكري الأخضر هو المجموعة الكاملة من المعرفة التي تمكن المنظمة من الاستفادة في إدارة القضايا البيئية لتحقيق تفوق تنافسي. ومن جانب آخر وصف (Bombiak,2023:5) رأس المال الفكري الأخضر بأنه المعرفة الكاملة التي تمتلكها المنظمة وتوظفها في الإدارة البيئية.

نظراً لتنوع وتغير مفاهيم رأس المال الفكري الأخضر حسب تصورات الباحثين والسياقات التي يدرسونها، يوجد تفاوت وتنوع في الفهم والتعريفات المقدمة لهذا المفهوم.

يقوم الباحثون بتقديم مساهمات متنوعة في هذا المجال وفقاً للتسلسل الزمني، كما يوضح الجدول (2) أدناه بعضاً من مساهماتهم في تحديد هذا المفهوم:

جدول (2) بعضاً من اسهامات الباحثين حول مفهوم رأس المال الفكري الأخضر.

ت	التسلسل الزمني	اسهامات الباحثين
1	(Arie et al.,2019:227)	رأس المال الفكري الأخضر هو إستراتيجية لتطوير المنظمات تعتمد على الاستدامة والصدافة للبيئة و يتضمن النظر في الأثر البيئي والفوائد المستدامة.
2	(بريس واخرون,2019:74)	رأس المال الفكري الأخضر هو المجموع الغير المادي للمنظمة، يشمل المعرفة، والقدرات، والعلاقات، يُعد هذا المفهوم أساسياً للمنظمات للحفاظ على بيئة صحية ومستدامة.
3	(وردة وزوادي,2021:9)	رأس المال الفكري الأخضر يشمل جميع المعرفة التي يمكن للمنظمة الاستفادة منها في سياق إدارة البيئة، بهدف تحقيق ميزة تنافسية.
4	(Gharib et al.,2023:4)	رأس المال الفكري الأخضر هو الموارد والقيم المرتبطة بالاستدامة البيئية والاجتماعية تسهم في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات.
5	(Li et al.,2023:5)	رأس المال الفكري الأخضر هو الخبرات التي تمتلكها المنظمات فيما يتعلق بالقضايا البيئية والاجتماعية.

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الادبيات السابقة

استناداً إلى المفاهيم السابقة، يتضح للباحث وجود نقاط مشتركة بين الباحثين الذين استكشفوا مفهوم رأس المال الفكري الأخضر، يتمثل هذا التوافق في النقاط الآتية:

- 1- رأس المال الفكري الأخضر يُعتبر مورداً غير ملموس يسهم في تطوير منتجات مستدامة.
 - 2- يشكل استخدام رأس المال الفكري الأخضر إستراتيجية مهمة لتحقيق التفوق التنافسي والاستدامة البيئية.
 - 3- يُعد رأس المال الفكري الأخضر أساسياً في بناء بيئة صحية ومستدامة.
 - 4- استغلال المعرفة والتجارب يسهم في تحقيق الفوائد المستدامة وتحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمنظمات.
- وفي ضوء ما تقدم يرى الباحثان بأن مفهوم رأس المال الفكري الأخضر هو المجموعة الشاملة من الموارد غير المادية التي تركز على الابتكار والاستدامة البيئية في العمليات والمنتجات والخدمات، مثل المعرفة والتقنيات الخضراء، والتصاميم البيئية المبتكرة، حيث يهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة وتحسين الأثر البيئي والاجتماعي للمنظمات.

2- أهمية رأس المال الفكري الأخضر The importance of green intellectual capital

أظهرت الدراسات من بينها دراسة (Yong et al.,2019:7) أن رأس المال الفكري الأخضر يؤدي دوراً حيوياً في استدامة المنظمات وابتكارها، حيث يجمع بين مفاهيم رأس المال الفكري والاهتمام المتزايد بالبيئة، يُعد هذا التحول مهماً جداً لأنه يعزز الابتكار البيئي والاستدامة، ويعطي المنظمات ميزة تنافسية، إذ يسهم في تعزيز الإدارة البيئية الفعالة من خلال مشاركة الموظفين في تنفيذ مبادرات بيئية وزيادة الوعي البيئي داخل المنظمة، وتحقيق أبعاد رأس المال الفكري الأخضر. و اضافته (Bombiak,2022:5-6) بأن رأس المال الفكري الأخضر يؤدي دوراً حيوياً في تطوير المنظمات، حيث يعزز الأداء البيئي والاقتصادي والاجتماعي، ويسهم في تحقيق الميزات التنافسية وجذب الموظفين، مما يعزز الأعمال المستدامة ويحسن الأداء المالي والبيئي.

3- أبعاد رأس المال الفكري الأخضر Dimensions of green intellectual capital

تم اختيار مقياس (Chen, 2008:274-275) والذي يتضمن ثلاثة أبعاد وهي (رأس المال البشري الأخضر، رأس المال الهيكلي الأخضر، رأس المال العلائقي الأخضر). إذ يعد هذا المقياس شاملاً لأبعاد هذه الدراسة، وتميزه بتضمين فقرات جاهزة لقياس كل بعد، حيث تم الاتفاق بين الخبراء المحكمين على الأبعاد والفقرات المعدة للقياس، كما تم التحقق من المنطقية والتوافق مع الأبعاد للمتغير التابع لهذا المقياس.

• رأس المال البشري الأخضر Green human capital

تمثل إدارة الموارد البشرية الخضراء صيحة حديثة وفقاً لـ (Wani & Mulla,2024:43) تهدف إلى تعزيز ثقافة عمل صديقة للبيئة واستدامة الموارد البيئية في عمليات المنظمة، يؤدي التوظيف دوراً مهماً في هذه العملية من خلال اختيار الموظفين الذين يتمتعون بالوعي البيئي، ويسهم دور الموظفين في تحسين أداء المنظمة من خلال دعم المبادرات البيئية وتقليل الهدر والحفاظ على الموارد. وعرف (Chawewong & Naipinit,2024:68) رأس المال البشري الأخضر بأنه المهارات والمعرفة والقدرات التي اكتسبها الموظفون أثناء العمل من أجل حماية البيئة في المنظمة. فيما يرى (Febrianti et al.,2020:143) أن رأس المال البشري الأخضر هو القدرة الجماعية للمنظمة على إنتاج أفضل الحلول المبنية على إتقان المعرفة والتكنولوجيا البيئية من مواردها البشرية. وعلى نحو أكثر قبولاً عرف (Omar et al.,2019:587) رأس المال البشري الأخضر يمثل التجمع الشامل للمعرفة والقدرات والمهارات والتجارب للأفراد العاملين في منظمة معينة، فضلاً عن ذلك، يُنظر إلى رأس المال البشري كجزء أساسي من رأس المال الفكري، حيث يُسهم في تعزيز التفوق التنافسي للمنظمة. وفي ضوء ما تقدم يرى الباحثان رأس المال البشري الأخضر هو الجهود العملية لتنظيم وتطوير معرفة ومهارات الأفراد في المنظمة بما يعزز الاستدامة والتنافسية، إذ يركز على تعزيز قدرات الفرد بحيث تكون متوافقة مع متطلبات البيئة والاستدامة، مما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة.

• رأس المال الهيكلي الأخضر Green structural capital

إن نجاح المنظمات الصناعية منها خاصة يتوقف بشكل كبير على دور رأس المال الهيكلي الأخضر، الذي يركز على بنية تحتية صديقة للبيئة (الحيدري,2023:21)، المنظمات تسعى لتطبيق رأس المال هذا من خلال تأهيل البنى التحتية واستخدام التكنولوجيا لتقديم منتجات صديقة للبيئة، مما يدفعها إلى ابتكار أساليب جديدة لتحقيق أهدافها، إذ تُعد الركيزة الهيكلية أصلاً لا يمكن الاستغناء عنه، حيث يرى أن تطويرها والاهتمام بها ضرورة أساسية لبقاء المنظمات. وعرف رأس المال الهيكلي الأخضر (Chawewong & Naipinit,2024:68) هو الأصول غير البشرية للمنظمة، مثل الهيكل التنظيمي، وفلسفة الإدارة، وحوكمة المنظمات، والتكنولوجيا، وجميعها أصول تنظيمية تركز على حماية البيئة أو الابتكار الأخضر داخل المنظمة. فيما يرى (Setyawan et al.,2022:20) أن رأس المال الهيكلي الأخضر يشير إلى البنية التنظيمية والعمليات الإدارية التي تعزز استدامة الأعمال وتشجع على الابتكار والتكيف مع التحديات البيئية، مما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية والاستدامة للمنظمة. واطاف (Li et al.,2023:6) أن رأس المال الهيكلي الأخضر يشير إلى العلامات التجارية للمنظمة والملكية الفكرية وفلسفة الإدارة والثقافة التنظيمية والقدرة على دمج الابتكار الأخضر في عملياتها التجارية، ويشير أيضاً إلى صورة المنظمة وثقافتها التنظيمية تجاه حماية البيئة. وفي ضوء ما تقدم يرى الباحثان رأس المال الهيكلي الأخضر هو الجهود العملية لتنظيم وتطوير بنية وهيكلة المنظمة بطريقة مستدامة وصديقة للبيئة، إذ يركز على ضمان أن تكون الهياكل التنظيمية متوافقة مع متطلبات البيئة وتسهم في تعزيز الممارسات البيئية الإيجابية، مما يعزز الأداء البيئي والاستدامة داخل المنظمة.

• رأس المال العلائقي الأخضر Green relational capital

رأس المال العلائقي هو الموروث الثقافي والاجتماعي وفقاً لـ (Ali et al.,2021:2) الذي يعتمد على بناء وصيانة علاقات وثيقة مع الأفراد والجهات المؤثرة في مصلحة المنظمة، يعبر عن نتائج التفاعل والتعاون داخل المنظمة ويستند على المعرفة المشتركة ويسهم في تعزيز الأمان والتعاون في المجتمع ويساعد المنظمات على تحقيق أهدافها، إذ يشير إلى مجموعة من الموارد المحتملة والفعلية المرتبطة بشبكة العلاقات الاجتماعية، وتأكيد تقارير على دوره الحيوي في تحقيق أهداف المنظمة وضمان استدامتها.

وعرف (Astuti et al.,2022:105) رأس المال العلائقي الأخضر يشير إلى العلاقات التفاعلية للمنظمة مع الزبائن والموردين وأعضاء الشبكة والشركاء والمستثمرين، إذ يتضمن تقديم منتجات وخدمات خضراء، ووضع معايير بيئية للمنتجات، وتعزيز صورة المنظمة ورضا الزبائن، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة والميزة التنافسية البيئية. ويرى (Ullah et al.,2021:3) أن رأس المال العلائقي الأخضر هو مخزون المنظمة من العلاقات التفاعلية مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في إدارة بيئة المنظمة، فضلاً عن الابتكار الأخضر، من أجل بناء الثروة واكتساب ميزة تنافسية. واطاف (Li et al.,2023:6) بأن رأس المال العلائقي الأخضر هو وصف الأصول غير الملموسة التي يمكن

للمنظمة الحصول عليها من خلال علاقاتها مع الزبائن والموردين والشركاء لتحسين استدامة الأعمال البيئية. وفي ضوء ما تقدم يمكن أن نقول أن رأس المال العلائقي الأخضر هو الجهود التي تنمي وتعزيز العلاقات داخل المنظمة ومع أصحاب المصلحة الخارجية بطريقة مستدامة، إذ يركز على تعزيز التواصل الفعال وبناء العلاقات المستدامة التي تسهم في تحقيق التنمية المستدامة والأثر الإيجابي على المجتمع والبيئة.

ثانياً: السمعة التنظيمية Organizational reputation

1- مفهوم السمعة التنظيمية The concept of organizational reputation

السمعة التنظيمية تُعد جزءاً أساسياً ومهماً في عمل جميع المنظمات التي تسعى إلى البقاء والمنافسة، (هاشم واخرون، 2019: 20-19) فهي نافذة ذو أهمية كبيرة في ظل التغيرات والتطورات العالمية القاسية والصعبة، ومن المهم ذكره أن سمعة المنظمات ليست مفهوماً حديثاً نسبياً، إلا أنه لا يزال موضع اهتمام كبير للباحثين والمديرين وأصحاب المصلحة، حيث يُعد فهم وإدارة السمعة أمراً حيوياً لنجاح المنظمات في بيئة الأعمال المتنافسة. حيث تُعد السمعة التنظيمية وفقاً لـ (Carpenter & Krause, 2012: 2) مجموعة من المعتقدات حول المنظمة التي تتعلق بقدراتها ونواياها وتاريخها ورسالتها، حيث تكون المعتقدات جزءاً لا يتجزأ من شبكة من الجماهير المتعددة. فيما عرف (Schwaiger, 2004: 50) سمعة المنظمة على أنها الموقف الفريد والمميز الذي تكتسبه بواسطة مجموعة من السمات التمييزية والدالية التي تميزها عن غيرها والتي لا يمكن للآخرين بسهولة تحقيقها. فيما يرى (Hendriks, 2016: 7) أن السمعة التنظيمية هي الجاذبية الشاملة للمنظمة، أو أنها العلامة التجارية لصاحب العمل أو جزء من العلامة التجارية لصاحب العمل.

تختلف مفاهيم السمعة التنظيمية بين الباحثين وتتنوع حسب السياقات التي يدرسونها، مما يؤدي إلى تعريفات متباينة. من خلال الجدول (3) سنلقي نظرة على بعض المفاهيم والمساهمات البحثية وفقاً للتسلسل الزمني.

الجدول (3) بعض من اسهامات الباحثين حول مفهوم السمعة التنظيمية.

ت	التسلسل الزمني	إسهامات الباحثين
1	(Kim, 2010: 26)	السمعة التنظيمية هي ما يعتقدُه الناس ويشعرون به تجاه المنظمة أي ما يتعلق بالمعرفة والعواطف التي لديهم حول المنظمة.
2	(Boistel, 2014: 217)	يعرف علم النفس السمعة على أنها آلية لتقييم خطر الدخول في علاقة مع كيان (أي أنها إنسان أو مؤسسة).
3	(Meynhardt et al, 2019: 148)	السمعة التنظيمية بأنها مستوى الوعي الذي تمكنت المنظمة من تطويره لنفسها.
4	(سعود واخرون، 2020: 346)	السمعة التنظيمية هي الصورة أو الانطباعات التي تنشأ عند الأفراد والجماهير بشأن تطور وأداء المنظمة عبر مدة من الزمن.
5	(Al Shuqairat., & Al-Shura, 2021: 29)	هي تقييم المستفيدين والزبائن لقدرة المنظمة على تلبية حاجاتهم، وانطباعاتهم عن أعمالها وسياساتها، فكلما كان رأيهم إيجابياً، زاد دعمهم وتأييدهم للمنظمة واستمرار علاقتهم بها.
6	(Soeling et al, 2022: 3)	يمكن تعريف السمعة بأنها أصل إستراتيجي قيم لكل عمل تجاري.

المصدر: من اعداد الباحثين اعتماداً على ادبيات المذكورة

استناداً على المفاهيم السابقة، يظهر توافقاً بين الباحثين الذين درسوا مفهوم السمعة التنظيمية، ويمكن تلخيص هذا التوافق في النقاط الآتية:

- السمعة التنظيمية جزء أساسي في نجاح المنظمات.
 - تشمل المعتقدات حول قدرات ونوايا المنظمة.
 - تعتبر علامة تجارية لصاحب العمل وتعتمد على المعرفة والعواطف.
 - تُستخدم كألية لتقييم مخاطر العلاقات وتمثل الصورة لدى الأفراد والجماهير حول أداء المنظمة.
- وفي ضوء ما تقدم يرى الباحثان بأن السمعة التنظيمية هي مزيج من الاعجاب والثقة والاحترام الذي

يتشكل في أذهان الأفراد والمجتمع المحيط بالمنظمة، ويعكس الصورة الشاملة لأدائها وسلوكياتها وسياساتها وعلاقتها مع الزبائن والمجتمع.

2- أهمية السمعة التنظيمية The importance of organizational reputation

تغيرت طريقة ممارسة الأعمال في الوقت الحاضر إلى شكل رقمي، مما زاد من أهمية وسائل الإعلام للأفراد والمنظمات (Berg & Blomqvist, 2019:18) تحولت قيمة سمعة المنظمة إلى مركز اهتمام تجاري، حيث تمثل مورداً اجتماعياً غير قابل للتقليد، فضلاً عن ذلك، يعتبر بناء سمعة المنظمة جزءاً هاماً من قيمتها، وأن السمعة تعتبر واحدة من الأصول الإستراتيجية التي يمكن أن تمنح المنظمة ميزة تنافسية و المحافظة على أدائها المالي. في ما وضح (Kizak, 2015:2) بأن سمعة المنظمات تعد موضوعاً مهماً في الأعمال والمجالات المتعلقة بالأعمال التجارية وتزداد قيمة السمعة في نفس الوقت الذي تنمو فيه التنمية الاقتصادية العالمية، حتى أن بعض العلماء يقولون أن السمعة هي واحدة من الأصول التنظيمية الأكثر قيمة. في ما يرى (مصطفى، 2021:26) أن السمعة التنظيمية تعتبر إحدى الموارد غير الملموسة ذات القيمة العالية للمنظمة، تتبع هذه القيمة من قدرتها على تقليل عدم اليقين الذي قد يكون لديها مع أصحاب المصلحة بشأن أدائها المستقبلي، وتقوية ميزتها التنافسية، ولا تقتصر أهمية السمعة التنظيمية على ذلك فقط بل تمتد أيضاً للمساهمة في كسب ثقة الجمهور المستهدف، فضلاً عن ذلك تعزز السمعة التنظيمية قدرة المنظمة على تقديم منتجات وخدمات ذات قيمة مضافة عالية للمستفيدين .

ووضح (Lohmann, 2016:1) أهمية السمعة التنظيمية بانها عنصر أساسي في مجال إدارة الأعمال، وهناك العديد من الأسباب التي تجعلها ذات أهمية كبيرة:

- تأثير على الأداء التجاري: السمعة التنظيمية تؤثر بشكل مباشر على أداء المنظمة، السمعة الإيجابية تجذب المزيد من الزبائن والاستثمارات، في حين أن سمعة سلبية قد تؤدي إلى فقدان الزبائن وانخفاض الإيرادات.
- بناء الثقة: السمعة تلعب دوراً مركزياً في بناء والحفاظ على الثقة بين الزبائن وأصحاب المصلحة، الزبائن يفضلون التعامل مع المنظمات ذات السمعة الجيدة ويشعرون بالثقة في علاقتهم معها.
- حماية من الأزمات: سمعة قوية تمكن المنظمة من التعامل بشكل أفضل مع الأزمات والتحديات إذا كان لديك سمعة جيدة فمن المرجح أن تحظى بدعم أكبر من الجمهور في أوقات الأزمات.
- إشارة للجودة: في بعض الصناعات حيث يكون تقييم المنتج صعباً، يمكن أن تكون السمعة إشارة خارجية للجودة، الزبائن قد يستندون إلى سمعة المنظمة عند اتخاذ قرارات الشراء.
- قيمة سوقية: تقدير السوق للمنظمة يمكن أن يتأثر بشكل كبير بسمعتها، الأصول غير المادية مثل العلامة التجارية والسمعة تشكل جزءاً كبيراً من القيمة السوقية للمنظمة.

3- أبعاد السمعة التنظيمية Dimensions of organizational reputation

تم اختيار مقياس (Sala, 2011:5)، الذي يشمل أربعة أبعاد رئيسية (الجودة، الجاذبية، المسؤولية، الأداء) للبحث، يتميز هذا المقياس بوجود فقرات جاهزة لقياس كل بعد، وقد تم التوافق عليها مع الخبراء المحكمين.

• الجودة the quality

من أجل البقاء القابل للحياة اقتصادياً، تركز المنظمات مستويات كبيرة من الاهتمام لتحسين جودة منتجاتها وخدماتها، الجودة ليست مفهوماً حديثاً، وقد تم استخدامها عبر العصور وعبر الحضارات المختلفة (Elassy, 2015:251) و عرف الجودة (البهادلي، 2023:56) بانها تعني تلبية حاجات و متطلبات الزبون وتوقعاته ورغباته بشكل كامل. ويرى (Pringviriya et. al., 2015:238) أن الجودة أداة إستراتيجية قادرة على التأثير على رضا الزبائن. أما (الحسيني، 2015:99) فبين بانه الجودة تم تعريفها بتعاريف متعددة منها بأنها التطابق مع المتطلبات أو ملائمة الاستخدام أو إنها تحقيق حاجات المستفيد حالياً ومستقبلاً، وفي قطاع الجامعات تعرف بأنها مجموعة الجهود المتكاملة المبذولة من قبل العاملين في مجال التعليم لتطوير وتحسين وحدة المنتج التعليمي وبما يتناسب مع تطلعات المستفيدين أو هي مجمل الخصائص والسمات التي المرتبطة بالخدمة التعليمية والتي تستطيع أن تلبية حاجات الطلبة وتطلعاتهم. ويرى (البشيتي واخرون، 2022:102) ان تسارع دخول المنظمات إلى الأسواق العالمية زاد من شدة المنافسة، هذا الوضع يجعل عملية اختيار المستهلكين للسلع والخدمات أكثر تعقيداً وتنوعاً، المنظمات اليوم بحاجة لتعزيز جودة

منتجاتها وتنفيذ أفضل الممارسات بجدية، مع تطوير إستراتيجيات تسويقية تركز على فوائد المنتجات بشكل أفضل، وتلبي حاجات وتوقعات الزبائن بشكل أكبر، هذا التحدي يؤكد أهمية تصميم المنتجات لتتوافق مع تطلعات الزبائن، لضمان تجارب إيجابية ورضا كبير لديهم.

وبناءً على المعلومات المقدمة، يمكن النظر إلى الجودة كعامل حاسم في نجاح المنظمات، فالجودة تتيح الاستخدام الأمثل للموارد، مما يؤدي إلى تحسين سمعة المنظمات، وكسب ولاء الزبائن، وتحقيق السيطرة على الأسواق، وعلى هذا الأساس، تعرف "الجودة": بأنها كفاءة وفعالية العمليات، التي تضمن تحقيق الأهداف بشكل مستدام، وتعزيز مستوى الرضا لدى الزبائن.

• الجاذبية gravity

يُعد إيجاد جاذبية المنظمة أمراً بالغ الأهمية لجذب الموظفين المؤهلين تأهيلاً عالياً والاحتفاظ بهم بنجاح (Story et al., 2016:487). نحن نعرّف الجاذبية التنظيمية على أنها استعداد المتقدمين لمتابعة الوظائف وقبول عروض العمل في المنظمة، حظيت مسألة جذب المواهب والاحتفاظ بها باهتمام كبير في كل من الأوساط المهنية والأكاديمية منذ أن صاغت مجموعة من مستشاري ماكينزي عبارة "الحرب من أجل المواهب" في عام 1997، وفي الواقع فإن ندرة الموظفين ذوي المهارات العالية والمتحمسين هي إحدى القضايا الرئيسية الحالية لإدارة الموارد البشرية، فمن الواضح أن جذب المواهب اليوم هو مصدر مهم للقدرة التنافسية للمنظمات.

وعرف (Zhang et. al., 2020:24) الانجذاب التنظيمي بأنه موقف أو تأثير إيجابي عام واضح تجاه المنظمة وبشكل أكثر تحديداً تجاه النظر إلى المنظمة ككيان مرغوب لبدء بعض العلاقات أو العمل معه. ويرى (Bostjancic&Slana,2018,2) الجاذبية بأنها عملية جذب وتحديد واختيار وتطوير وتقييم الموظفين الموهوبين بهدف زيادة كفاءة العمليات في المنظمة.

فيما وضح (Palevska & Badarovski,2013:98) أن كل منظمة تسعى جاهدة لجذب أكبر عدد ممكن من الأشخاص الموهوبين والاحتفاظ بالموظفين لمدة أطول وينصب الاهتمام على بناء مواهب وكفاءات الموظفين، وان تطوير الموظفين ومواهبهم يتم من خلال سلسلة من الأنشطة التي تقوم بها المنظمات مثل التدريب والندوات والتدريب الداخلي والدورات والتخصصات وما إلى ذلك. وإضافة (الكريطي، 2018:95) أن الجاذبية تشكل عنصراً أساسياً في بناء سمعة المنظمة، حيث تتمثل جاذبيتها في العناية الفائقة بموظفيها وعمالها وجميع أصحاب المصلحة الآخرين. يُفهم من خلال مدى جاذبيتها ما إذا كان أصحاب المصلحة يحملون مشاعر إيجابية وفعالة تجاه المنظمة، مُعجبين بها ومحترمين لها، وبهذا تكون الجاذبية المحرك الرئيس لتشكيل السمعة بشكل فعال.

واستناداً إلى المعلومات المقدمة أعلى، يمكن النظر إلى الجاذبية على أنها ذو أهمية بالغة في نجاح المنظمات، حيث تسهم في جذب والاحتفاظ بالموظفين والزبائن. هذا يمكن المنظمة من الاستفادة من عناصرها البشرية والزبائن لتحقيق النمو والتطور والمنافسة بشكل مستدام. وبناءً على ذلك، تعرف "الجاذبية": على أنها القوة التي تمتلكها المنظمة لجذب الموظفين والزبائن، محفزة إياهم على الولاء والاستمرار وتحقيق أداء مميز، وتعتمد على عوامل مثل بيئة العمل والفرص التطويرية والثقافة التنظيمية والتواصل وغيرها.

• المسؤولية the responsibility

إن التزام المنظمة يظهر من خلال التفاعل المستمر مع المجتمع، والاهتمام البالغ بتوقعاته وتطلعاته، (السبعوي والبدراني، 2023:73)، تتمثل هذه الالتزامات في تنفيذ الأنشطة الاجتماعية التي تدعم التواصل وتبني جسور فعالة مع المجتمع المحيط، كما تتضمن الالتزامات توفير ظروف عمل صحية وأمنة، والتركيز على معاملة العاملين بلطف واحترام، مما يحفز على بيئة عمل إيجابية، فضلاً عن ذلك تُظهر المنظمة الالتزام بالأمانة والمصادقية في تعاملها مع الزبائن والمنافسين. وعرف (Zhang et. al., 2020:23) المسؤولية بأنها "تمثيل جماعي للإجراءات والنتائج السابقة للمنظمة التي تصف قدرة المنظمة على تقديم خدمات لأصحاب المصلحة المتعددين. فيما يرى (Ali et. al., 2023:4-7) أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات هي نموذج أعمال تبذل فيه المنظمات جهداً مركزاً للعمل بطرق تقيّد المجتمع وبيئة الأعمال بدلاً من إلحاق الضرر بهم، كما تعد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات مصدرراً لرضا الموظفين، كما تعمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على تحسين صورة العلامة التجارية للمنظمة

وسمعتها، فضلاً عن مبيعاتها وولاء الزبائن، فضلاً عن قدرتها على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم . أما (Brammer et. al., 2007:4) فيرى أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات أمراً حيوياً وأن تحسين المسؤولية يقدم فوائد للمنظمة , بما في ذلك ملاحظة أن المنظمات الأكثر مسؤولية اجتماعياً تكون أكثر جاذبية للموظفين المحتملين وأنها قد تستفيد بالآتي من مجموعات أكبر من المتقدمين , و قوة عاملة أكثر التزاماً؛ لأن الموظفين سيكونون فخورين بالانتماء إلى منظمات العمل التي تتمتع بسمعة طيبة.

وأشارت (Glavas,2016:1) في دراسة استقصائية لعلم النفس التنظيمي أجرتها جمعية علم النفس الصناعي والتنظيمي حيث تم اعتبار المسؤولية الاجتماعية للمنظمات واحدة من أهم الاتجاهات التي تؤثر على مكان العمل. واستناداً إلى ما تقدم وفي ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمنظمات أمراً بالغ الأهمية في نجاح المنظمات والاحتفاظ بالموظفين والزبائن مما يتيح للمنظمة تحقيق الأداء المستدام وتأثير إيجابي على المجتمع والبيئة، وعلية تم تعريف "المسؤولية": على أنها تعبير عن التزام المنظمة وأفرادها تجاه الأهداف والقيم المشتركة، حيث يُفترض منهم السلوك المناسب واتخاذ القرارات التي تعكس التزامهم بتحقيق التفوق التنظيمي وتحقيق المصلحة العامة.

• الأداء the performance

أداء الأفراد يعتبر أمراً حيوياً لتحقيق أهداف المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية، كما يمثل مصدر رضا وإشباع لهم. يتم مكافأة الأداء المتميز غالباً بمزايا مالية وفوائد أخرى، ويعكس الأداء كفاءة الفرد في أداء الأنشطة التي تساهم في النجاح الفني للمنظمة، ويمكن أن تكون هذه المساهمة مباشرة (على سبيل المثال، في حالة عمال الإنتاج)، أو غير مباشرة (على سبيل المثال، في حالة المديرين أو الموظفين)، (Sonnentag & Frese,2002,4-6) . وعرف (Schechner,2017:22-25) الأداء على أنه القيام بشيء يرقى إلى مستوى قياسي للنجاح والتفوق. وبما أن حياتنا منظمة وفقاً لأنماط سلوك متكررة ومقبولة اجتماعياً فإن يمكن اعتبار كل النشاط البشري بمثابة أداء. وبين (Hurduzeu,2015:291) أن الأداء هو تحويل المدخلات إلى مخرجات لتحقيق نتائج معينة. ويرى (Na'ami & Gholampoor,2017:5) الأداء التنظيمي هو قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف واستخدام الموارد بكفاءة وفعالية عالية. فيما وضحت (Elisa, 2022: 1607) لأداء هو في الأساس ما يفعله الموظفون، أي أن الأداء هو طاقة أو فكر يبذلها العاملون للقيام بعمل ما يمكن أن يكون ومرئياً ومعدوداً بالعدد (ملموساً) ولكن في كثير من الحالات لا يمكن حصر ورؤية نتائج الفكر والطاقة (غير ملموسة) مثل الأفكار لحل مشكلة ما، أو ابتكار منتج أو خدمة جديدة، يمكن أن يكون أيضاً اختراعاً لإجراءات عمل أكثر كفاءة.

واستناداً إلى ما تقدم يمكن وصف "الأداء": على أنه القدرة الفعالة للمنظمة في تحقيق أهدافها والأداء المتميز في تنفيذ مهامها، يتضمن هذا الأداء جودة الخدمات أو المنتجات المقدمة، وفعالية العمليات الداخلية، والتفاعل الإيجابي مع الزبائن وأصحاب المصلحة.

الجانب الميداني للبحث Field aspect of the research

أولاً: ترميز المتغيرات والأبعاد والفقرات Coding variables, dimensions, and paragraphs

ترميز المتغيرات والأبعاد والفقرات خطوة أولى يجريها الباحث بهدف التمييز بين تلك الأبعاد والمتغيرات المستقلة منها والمعتمدة ضمن برنامج التحليل، وهي عبارة عن وضع رمز مكون من حرف أو حرفين أو أكثر لكل فقرة وللأبعاد وللمتغيرات، وقد اشتمل النموذج البحثي المراد اختباره على متغيرين يشتمل الأول منها (المستقل) على (ثلاثة أبعاد) في حين كان المتغير الثاني فيه (أربعة أبعاد) يوضحها جدول (4) فضلاً عن عدد الفقرات التي تشكل بنية قياسها والرموز المستعملة ضمن البرنامج الإحصائي:

جدول (4) ترميز فقرات وأبعاد ومتغيرات نموذج الدراسة

مصدر المقياس	رمز المؤشر الإحصائي	عدد الفقرات	البعد	ترميز المتغير	المتغير	
(Chen, 2008:274-275)	Inte	Hum	5	رأس المال البشري الأخضر	Green intellectual capital	رأس المال الفكري الأخضر
		Str	9	رأس المال الهيكلي الأخضر		
		Rel	5	رأس المال العلائقي الأخضر		
(Sala, 2011:5)	Rep	Qua	5	الجودة	Organizational reputation	السمعة التنظيمية
		Atr	7	الجاذبية		
		Res	7	المسؤولية		
		Per	7	الأداء		

المصدر: إعداد الباحثين

ثانياً: اختبار الثبات للاستبانة Reliability test for the questionnaire

إن التحقق من ثبات المقياس يعني التحقق من إمكانية ظهور نفس النتائج عند إعادة توزيع ذات المقياس على ذات العينة لكن في نقطتين زمنيتين مختلفتين وكلما كانت النسبة للثبات عند (70%) أو أعلى (joseph et al.,2019:775) وقد تبين من جدول (5) أن الاتساق الداخلي للمتغيرات تتمتع بنسب ثبات تتراوح بين (0.74-0.94) ويمكن من خلال هذه النسب إثبات أن المقياس يمتاز بالاتساق الداخلي وأن المقياس صالح للاستخدام في استكشاف المتغيرات في بيئة التطبيق.

جدول (5) نتائج التناسق بين مكونات للمقياس

معامل كرونباخ الفا	المتغيرات والأبعاد	معامل كرونباخ الفا	المتغيرات والأبعاد
0.80	الجودة	0.74	رأس المال البشري الأخضر
0.84	الجاذبية	0.82	رأس المال الهيكلي الأخضر
0.83	المسؤولية	0.74	رأس المال العلائقي الأخضر
0.83	الأداء	0.88	متغير رأس المال الفكري الأخضر
0.94	متغير السمعة التنظيمية		

المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.25)

ثالثاً: وصف وتشخيص مقاييس الدراسة وتحليل نتائجها Describe and diagnose study metrics and analyze its results

تهتم الفقرة الحالية باستكشاف مستوى توافر المتغيرات والأبعاد من خلال الاستدلال بقيم نتائج التحليل الوصفي المعتمد على إجابات الأفراد المشمولين بالاستبيان للدراسة الحالية التي نموذجها يتعلق بمتغير (رأس المال الفكري الأخضر) بأبعاده: رأس المال البشري الأخضر، رأس المال الهيكلي الأخضر، رأس المال العلائقي الأخضر، والمتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) وأبعاده الفرعية (الجودة، الجاذبية، المسؤولية، الأداء) من وجهة نظر القيادات الإدارية والأكاديمية في الجامعات الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة عينة الدراسة، ويوضحها جدول (6) تصنيف طول الفئات وفقاً للوسط الحسابي وعلى النحو الآتي:

جدول (6) تصنيف طول فئات مدرج ليكرت وفقا للوسط الحسابي

ت	طول الفئة	مستوى القبول	ت	الوسط الحسابي	مرتفع
1	1-1.80	منخفض جدا	4	3.41-4.20	مرتفع
2	1.81-2.60	منخفض	5	4.21-5	مرتفع جدا
3	2.61-3.40	معتدل			

المصدر: (عبد الفتاح, 2008: 541)

أ- الوصف الإحصائي لإدارة رأس المال الفكري الأخضر: بعد الوصف الخاص بالأبعاد يتبين أن جميعها متوافرة بنسب عالية في بيئة التطبيق إلا أنها تمتاز في ما بينها من حيث طبيعة ومستوى التوافر فقد كان بعد رأس المال البشري الأخضر الأكثر انسجاما في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.742) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.82) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد وكان بعد رأس المال الهيكلي الأخضر بالمرتبة الثانية من حيث انسجام في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.787) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.35) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد وكان بعد رأس المال العلائقي الأخضر بالمرتبة الثالثة من حيث انسجام في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.749) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.22) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد ثم على مستوى متغير رأس المال الفكري الأخضر بلغ التشتت مستوى منخفض بلغ (0.759) مما يعكس اتفاقا جيدا لتوافر المتغير يدعم الوسط الحسابي الذي بلغ (3.46) وهو مستوى مرتفع لتوافر المتغير وهذا يبين أن هناك توافرا جيدا لمتغير رأس المال الفكري الأخضر في الكليات الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. ويعرض جدول (7) بيان للوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى الاجابة وترتيب الأبعاد.

جدول (7) الوصف الإحصائي لمتغير رأس المال الفكري الأخضر (n=131)

الأهمية الترتيبية	مستوى الاجابة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد الرئيسي
الأول	مرتفع	0.76	0.742	3.82	رأس المال البشري الأخضر
الثاني	معتدل	0.67	0.787	3.35	رأس المال الهيكلي الأخضر
الثالث	معتدل	0.64	0.749	3.22	رأس المال العلائقي الأخضر
-	مرتفع	0.69	0.759	3.46	المعدل العام لمتغير رأس المال الفكري الأخضر

المصدر: مخرجات برنامج Spss V.25

ب- وصف وتشخيص متغير السمعة التنظيمية: بعد الوصف الخاص بالأبعاد يتبين انها جميعا متوافرة بنسب عالية في بيئة التطبيق الا انها تمتاز في ما بينها من حيث طبيعة ومستوى التوافر فقد كان بعد الجاذبية الأكثر انسجاما في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.713) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.81) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد وكان بعد الأداء بالمرتبة الثانية من حيث انسجام في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.674) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.73) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد وكان بعد المسؤولية بالمرتبة الثالثة من حيث انسجام في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.684) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.71) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد. وكان بعد الجودة بالمرتبة الرابعة من حيث انسجام في إجابات العينة تجاه توافره فقط حقق انحراف معياري يقدر بـ(0.679) وهو مستوى منخفض من التشتت ويعكس اتفاقا عاليا يدعم الوسط الحسابي العالي الذي بلغ للبعد (3.70) الذي يشير إلى توافر جيد بمستوى مرتفع للبعد ثم على مستوى متغير السمعة التنظيمية بلغ التشتت مستوى منخفض بلغ (0.687) مما يعكس اتفاقا جيدا

لتوافر المتغير يدعم الوسط الحسابي الذي بلغ (3.74) وهو مستوى مرتفع لتوافر المتغير وهذا يبين أن هناك توافر جيد لمتغير السمعة التنظيمية في الكليات الأهلية في كربلاء عينة الدراسة. ويعرض جدول (8) بيان للوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى الإجابة وترتيب الأبعاد.

جدول (8) الوصف الإحصائي لمتغير السمعة التنظيمية (n=131)

البعد الرئيسي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الإجابة	الأهمية الترتيبية
الجودة	3.70	0.679	0.74	مرتفع	الرابع
الجاذبية	3.81	0.713	0.76	مرتفع	الأول
المسؤولية	3.71	0.684	0.74	مرتفع	الثالث
الأداء	3.73	0.674	0.75	مرتفع	الثاني
المعدل العام لمتغير السمعة التنظيمية	3.74	0.687	0.75	مرتفع	-

المصدر: مخرجات برنامج Spss V.25

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة Testing the study hypotheses

1- اختبار فرضية الارتباط: سيتم اعتماد معامل ارتباط بيرسون لإجراء فرضيات الارتباط بين متغيرات الدراسة وأبعادهن إذ تمثلت المتغيرات بـ (راس المال الفكري الأخضر، السمعة التنظيمية) وقبل البدء بأجراء العملية يستلزم بيان المعايير التي ستعتمد لتحديد قبول ومستوى الارتباط إذ إن قيمة الارتباط التي تكون بين $\pm (0.71-0.99)$ تعبر عن مستوى ارتباط عالي جداً (قوي جداً) بالاتجاه الطردي أو العكسي، أما قيمة الارتباط التي تكون بين $\pm (0.31-0.70)$ فهي تعبر عن ارتباط عالي (قوي) بالاتجاه الطردي أو العكسي، وفي حال كانت القيمة بين $\pm (0-0.30)$ فهي تعبر عن ارتباط منخفض (ضعيف) بالاتجاه الطردي أو العكسي، أما إذا كانت قيمة الارتباط عند ± 1 فهي تدل على ارتباط تام طردي أو عكسي، في حين قيمة الارتباط عند 0 تدل على عدم وجود ارتباط بين المتغيرين (Sunders.2009:459) ويشير محتوى فرضية الارتباط إلى (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين رأس المال الفكري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فقد تبين من خلال جدول (9) القيم الخاصة بمصفوفة الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد فضلاً عن أبعاد المتغير المستقل في المتغير المعتمد فقد تبين تحقق مستوى عالي من الارتباط بين متغير رأس المال الفكري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ يتضح أن هناك مستوى ارتباط قوي إذ بلغت القيمة للارتباط (0.623^{**}) وتعد هذه القيمة مقبولة إحصائياً لأن مستوى معنويتها بلغت $(0.01 < \text{Sig}=000)$ فضلاً عن الدلالة من خلال علامة النجمتين التي تكون أعلى القيمة الخاصة بالارتباط والتي ترتبط بـ t المحسوبة فالبرنامج الإحصائي يقارن بين قيمة t المحسوبة وقيمتها الجدولية فعندما تكون قيمة t أعلى من قيمة t الجدولية فأنها تعني أن مستوى الثقة بالقيمة كانت (0.99) أي أنها قبلت بحدود معنوية (0.01) ويتضح أيضاً أن اتجاه العلاقة كان طردياً بينه عدم ظهور إشارة سالبة أعلى القيمة وهذا يعني أنه كلما توافر متغير رأس المال الفكري الأخضر في بيئة التطبيق كلما ارتبط ذلك بظهور متغير السمعة التنظيمية ضمن حدود الكليات الأهلية في كربلاء عينة الدراسة الحالية. والنتيجة في أعلاه تدعم قبول تحقق الفرضية في بيئة التطبيق.

جدول (9) مصفوفة معاملات الارتباط بين رأس المال الفكري الأخضر بأبعاده ومتغير السمعة التنظيمية

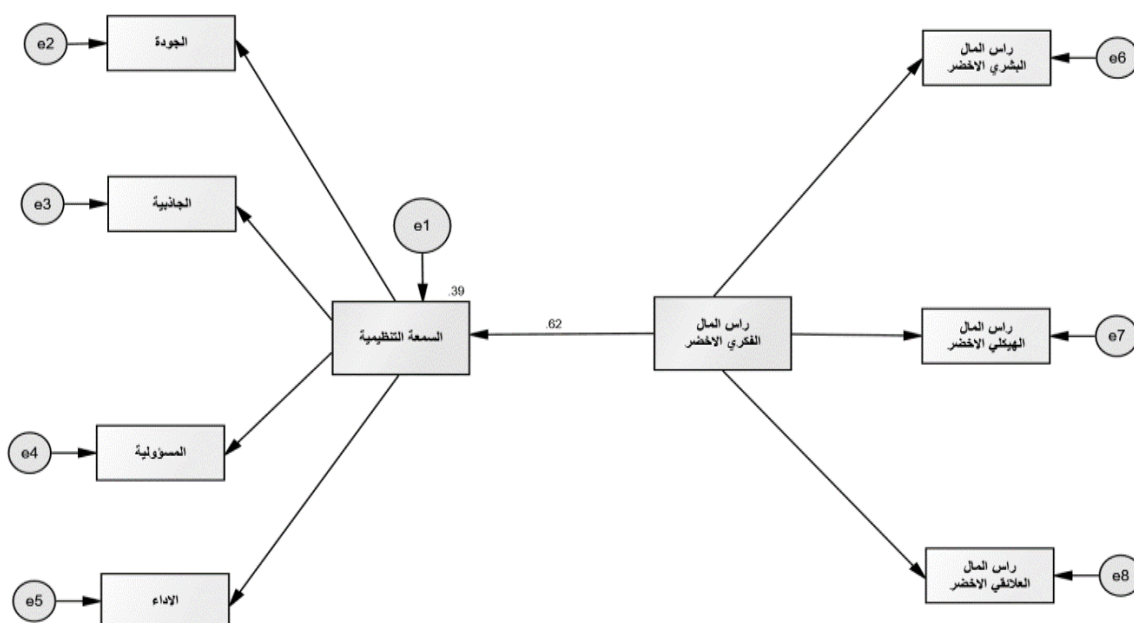
	رأس المال الفكري الأخضر	رأس المال الهيكلية الأخضر	رأس المال العلائقية الأخضر	رأس المال البشري الأخضر	السمعة التنظيمية
السمعة التنظيمية	Pearson Correlation	.528**	.510**	.490**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	131	131	131	131

المصدر: مخرجات برنامج Spss V.25

ومن خلال الفرضية الرئيسية الأولى يمكن اشتقاق الفرضيات الفرعية الآتية المتعلقة بأبعاد المتغير المستقل والمتغير المعتمد وكالاتي:

- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى:** يشير محتوى فرضية الارتباط إلى (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين رأس المال البشري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فقد تبين من خلال جدول (9) القيم الخاصة بمصفوفة الارتباط بين البعد المستقل والمتغير المعتمد فقد تبين تحقق مستوى عالي من الارتباط بين بعد رأس المال البشري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ يتضح أن هناك مستوى ارتباط قوي بين بعد رأس المال البشري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ بلغت القيمة للارتباط (**528). وتعد هذه القيمة مقبولة إحصائياً لأن مستوى معنويتها بلغت ($Sig=000, < 0.01$)
- **اختبار الفرضية الفرعية الثانية:** يشير محتوى فرضية الارتباط إلى (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين رأس المال الهيكلي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فقد تبين من خلال جدول (9) القيم الخاصة بمصفوفة الارتباط بين البعد المستقل والمتغير المعتمد فقد تبين تحقق مستوى منخفض من الارتباط بين بعد رأس المال الهيكلي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ يتضح أن هناك مستوى ارتباط ضعيف بين بعد رأس المال الهيكلي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ بلغت القيمة للارتباط (**510). وتعد هذه القيمة مقبولة إحصائياً لأن مستوى معنويتها بلغت ($Sig=000, < 0.01$)
- **اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:** يشير محتوى فرضية الارتباط إلى (توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين رأس المال العلائقي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فقد تبين من خلال جدول (9) القيم الخاصة بمصفوفة الارتباط بين البعد المستقل والمتغير المعتمد فقد تبين تحقق مستوى منخفض من الارتباط بين بعد رأس المال العلائقي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ يتضح أن هناك مستوى ارتباط ضعيف بين بعد رأس المال العلائقي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية إذ بلغت القيمة للارتباط (**490). وتعد هذه القيمة مقبولة إحصائياً لأن مستوى معنويتها بلغت ($Sig=000, < 0.01$)

2- **اختبار فرضية التأثير:** يعبر عنها بـ (يوجد تأثير طردي ذو دلالة معنوية بين متغير رأس المال الفكري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) إذ يتضح من خلال النموذج الهيكلي (9) وجود مستوى تأثير معنوي يمتاز بدلالة إحصائية فيما يخص قدرة التوظيف للمتغير المستقل فقد كان بمستوى تأثير ($B=0.62$) وهي قيمة ذات دلالة معنوية استناداً إلى قيمة Sig التي بلغت ($P\text{-Value}=0.01$) كما أن النسبة الحرجة لها بلغت (9.074) وهي قيمة مقبولة إحصائياً لأنها أعلى من الحد الأدنى المقبول الذي يبلغ (1.96). وفيما يخص القدرة التفسيرية (R^2) يتبين أن متغير رأس المال الفكري الأخضر قادر على تفسير ما نسبته (0.39) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد السمعة التنظيمية، أما النسبة المتبقية من التغيرات والتي تقدر بـ (0.61) فهي مساهمة متغيرات وظواهر أخرى لم تكن ضمن نموذج الدراسة الحالي.



شكل (2) النموذج الهيكلي لاختبار تأثير رأس المال الفكري الأخضر في السمعة التنظيمية

ويبين جدول (10) القيم المعيارية والقيم اللامعيارية لمعامل التأثير فضلا عن خطأ القياس والنسبة الحرجة التي في ضوءها ومستوى المعنوية يتضح قبول النتائج من عدمها.

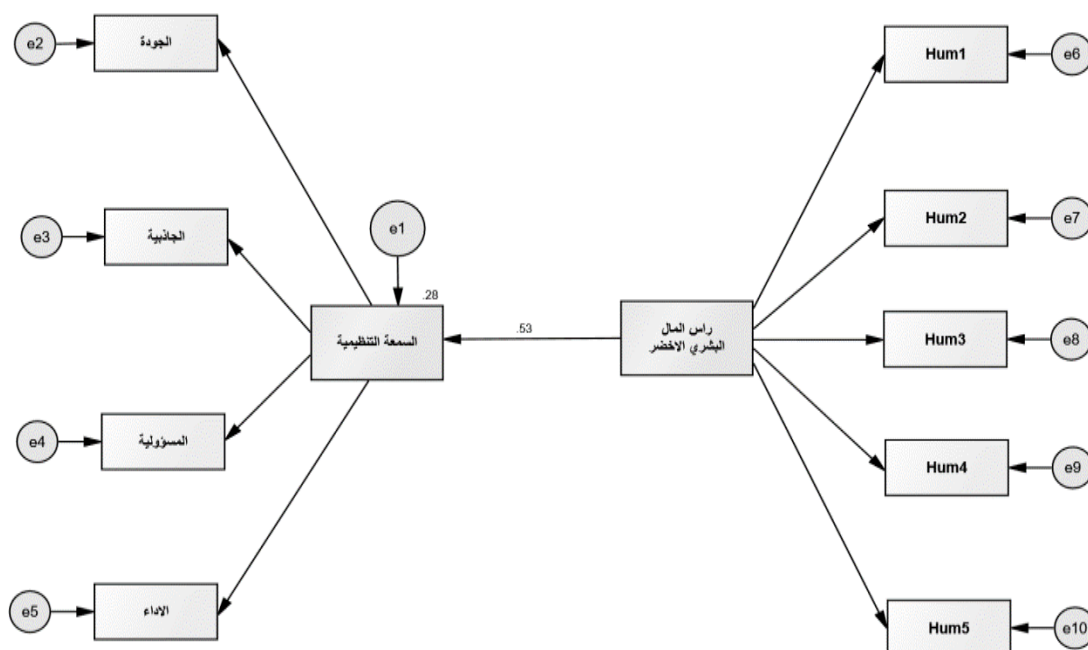
جدول (10) تقديرات نموذج التأثير بين متغير رأس المال الفكري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية

	S.R.W	Estimate	S.E.	C.R.	P
راس المال الفكري الأخضر <--- السمعة التنظيمية	.623	.603	.066	9.074	***

المصدر: إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Amos. V.23

وللفرضية الرئيسية ثلاث فرضيات فرعية هي بالتسلسل كالآتي:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** يعبر عنها بـ (توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال البشري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فيما يخص قدرة التوظيف للبعد المستقل فقد كان بمستوى تأثير ($B=0.53$) وهي قيمة ذات دلالة معنوية استناد إلى قيمة Sig التي بلغت ($P\text{-Value}=0.01$) كما أن النسبة الحرجة لها بلغت (7.092) وهي قيمة مقبولة إحصائياً لأنها أعلى من الحد الأدنى المقبول الذي يبلغ (1.96), وفيما يخص القدرة التفسيرية (R^2) للمتغير المستقل في المتغير المعتمد فإن النموذج الهيكلي يبين أن بعد رأس المال البشري الأخضر قادر على تفسير ما نسبته (0.28) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد السمعة التنظيمية, أما النسبة المتبقية من التغيرات والتي تقدر بـ (0.72) فهي مساهمة متغيرات وظواهر أخرى لم تكن ضمن نموذج الدراسة الحالي.



شكل (3) النموذج الهيكلي لاختبار تأثير بعد رأس المال البشري الأخضر في السمعة التنظيمية

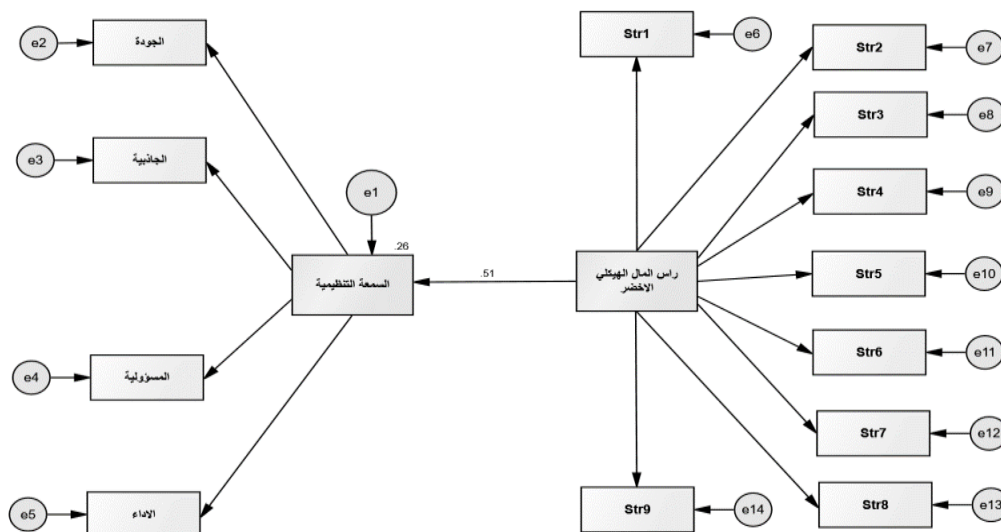
ويبين جدول (11) القيم المعيارية والقيم اللامعيارية لمعامل التأثير فضلا عن خطأ القياس والنسبة الحرجة التي في ضوءها ومستوى المعنوية يتضح قبول النتائج من عدمها.

جدول (11) تقديرات نموذج التأثير بين بعد رأس المال البشري الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية

	S.R.W	Estimate	S.E.	C.R.	P
راس المال البشري الأخضر <--- السمعة التنظيمية	.528	.384	.054	7.092	***

المصدر: إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Amos. V.23

- **الفرضية الفرعية الثانية:** يعبر بـ (توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال الهيكلية الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فيما يخص قدرة التوظيف للبعد المستقل فقد كان بمستوى تأثير ($B=0.51$) وهي قيمة ذات دلالة معنوية استناد إلى قيمة Sig التي بلغت ($P\text{-Value}=0.01$) كما أن النسبة الحرجة لها بلغت (6.765) وهي قيمة مقبولة إحصائياً لأنها أعلى من الحد الأدنى المقبول الذي يبلغ (1.96), وفيما يخص القدرة التفسيرية (R^2) للمتغير المستقل في المتغير المعتمد فإن النموذج الهيكلية يبين أن بعد رأس المال الهيكلية الأخضر قادر على تفسير ما نسبته (0.26) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد السمعة التنظيمية, أما النسبة المتبقية من التغيرات والتي تقدر بـ (0.74) فهي مساهمة متغيرات وظواهر أخرى لم تكن ضمن نموذج الدراسة الحالي.



شكل (4) النموذج الهيكلية لاختبار تأثير بعد رأس المال الهيكلية الأخضر في السمعة التنظيمية

ويبين جدول (12) القيم المعيارية والقيم اللامعيارية لمعامل التأثير فضلا عن خطأ القياس والنسبة الحرجة التي في ضوئها ومستوى المعنوية يتضح قبول النتائج من عدمها

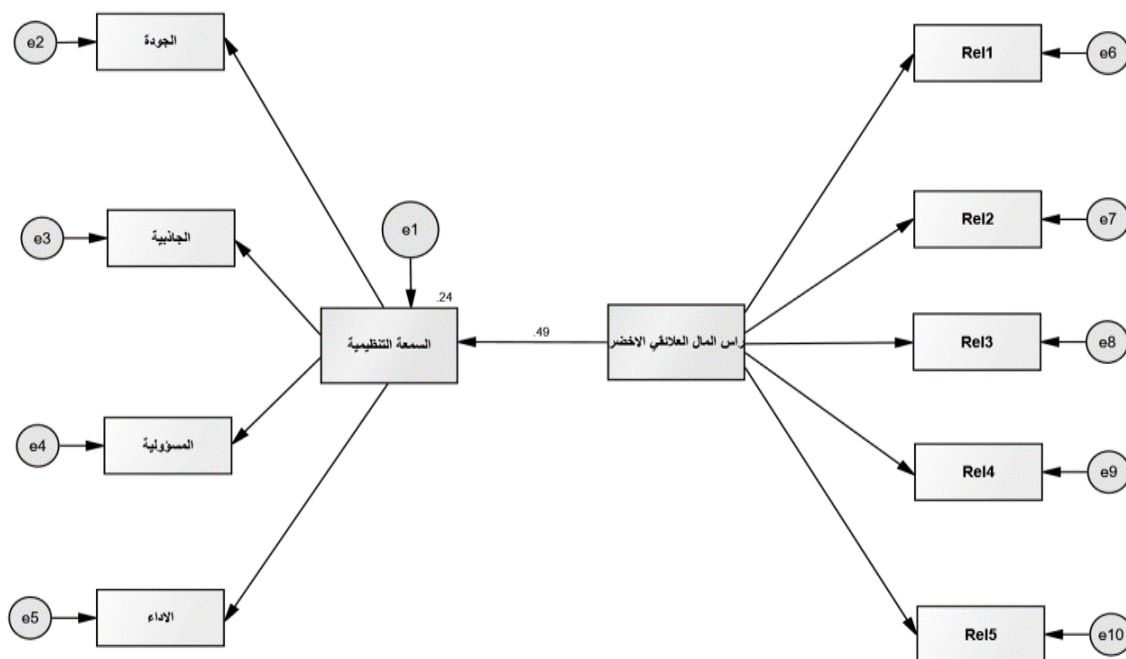
جدول (12) تقديرات نموذج التأثير بين بعد رأس المال الهيكلية الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية

	S.R.W	Estimate	S.E.	C.R.	P
راس المال الهيكلية الأخضر <--- السمعة التنظيمية	.510	.433	.064	6.765	***

المصدر: إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Amos. V.23

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يعبر (توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية بين بعد رأس المال العلائقية الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية) فيما يخص قدرة التوظيف للبعد المستقل فقد كان بمستوى تأثير ($B=0.49$) وهي قيمة ذات دلالة معنوية استناد إلى قيمة Sig التي بلغت ($P\text{-Value}=0.01$) كما أن النسبة الحرجة لها بلغت (6.403) وهي قيمة مقبولة إحصائياً لأنها أعلى من الحد الأدنى المقبول الذي يبلغ (1.96), وفيما يخص القدرة التفسيرية

(R²) للمتغير المستقل في المتغير المعتمد فان النموذج الهيكلي يبين أن بعد رأس المال العلائقي الأخضر قادر على تفسير ما نسبته (0.24) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد السمعة التنظيمية، أما النسبة المتبقية من التغيرات والتي تقدر بـ (0.76) فهي مساهمة متغيرات وظواهر أخرى لم تكن ضمن نموذج الدراسة الحالي.



شكل (5) النموذج الهيكلي لاختبار تأثير بعد رأس المال العلائقي الأخضر في السمعة التنظيمية

وبين جدول (13) القيم المعيارية والقيم اللامعيارية لمعامل التأثير فضلا عن خطأ القياس والنسبة الحرجة التي في ضوءها ومستوى المعنوية يتضح قبول النتائج من عدمها

جدول (13) تقديرات نموذج التأثير بين رأس المال العلائقي الأخضر ومتغير السمعة التنظيمية

	S.R.W Estimate	S.E.	C.R.	P
راس المال العلائقي الأخضر ---> السمعة التنظيمية	.490	.400	.062	6.403 ***

المصدر: إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Amos. V.23

الاستنتاجات والتوصيات

Conclusions and recommendations

أولاً: الاستنتاجات Conclusions

1- يعد رأس المال الفكري الأخضر تحولاً نوعياً في الطريقة التي نفهم بها الاقتصاد والتنمية المستدامة، يعكس هذا المفهوم الاعتراف بأن الاستثمار في المعرفة والمهارات والتعليم، فضلا عن الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، يمثل أساساً رئيسياً لتحقيق التنمية المستدامة والاقتصاد القائم على الموارد، إذ يُعزّز رأس المال البشري الأخضر الابتكار والإبداع في استخدام الموارد بشكل فعال ومستدام، مما يسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية وتحسين جودة الحياة، وفي الوقت نفسه، يسهم في الحفاظ على البيئة والحد من التأثيرات السلبية للنمو الاقتصادي على الطبيعة.

2- تعد السمعة التنظيمية عاملاً حاسماً في نجاح المنظمات واستمراريتها في السوق، فإن إدارة السمعة التنظيمية بشكل فعال تعزز الثقة والاحترام من قبل الزبائن والمستثمرين والموظفين على حد سواء، وتعكس السمعة الجيدة النزاهة

- والاستقامة والجودة والمسؤولية الاجتماعية، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز العلاقات التجارية وجذب الاستثمارات والمواهب البشرية، على الجانب الآخر فإن الإهمال في إدارة السمعة يمكن أن يؤدي إلى فقدان الثقة والتأثير السلبي على العلامة التجارية والأداء المالي للمنظمة، لذا يجب على المنظمات الاهتمام ببناء وصيانة سمعتها التنظيمية من خلال الممارسات الأخلاقية والشفافية والتواصل الفعال مع جميع أصحاب المصلحة.
- 3- توصلت نتائج الاختبارات الإحصائية إلى وجود علاقة ارتباط معنوي قوي ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري الأخضر وأبعاده، وبين متغير السمعة التنظيمية، هذا يشير إلى أن كلما زاد الاهتمام بالمسائل البيئية في بيئة التطبيق، كان ذلك مرتبطاً بتعزيز مكانة الجامعة وسمعتها التنظيمية بشكل عام، وبمعنى آخر فإن الجهود المبذولة لتعزيز الوعي بالبيئة والاهتمام بها في سياق العمل تؤدي إلى تعزيز السمعة التنظيمية للجامعة وتعزيز مكانتها في الساحة الأكاديمية والمجتمع بشكل عام.
- 4- توصلت نتائج الاختبارات الإحصائية إلى وجود تأثير طردي ذي دلالة معنوية بين متغير رأس المال الفكري الأخضر وأبعاده، وكذلك بين متغير السمعة التنظيمية، يشير ذلك إلى اهتمام متزايد من جانب الجامعات الأهلية عينة البحث بتطبيق رأس المال الفكري الأخضر، حيث يسهم ذلك في جذب أفضل الكفاءات البشرية وتطوير مهاراتهم من خلال تبني الأفكار البيئية في بيئة العمل، وبالتالي يؤدي هذا الاهتمام إلى تعزيز السمعة التنظيمية للجامعة وتعزيز مكانتها في مجتمع التعليم.

ثانياً: التوصيات Recommendations

- 1- تعزيز الوعي برأس المال الفكري الأخضر: يجب على الجامعات الأهلية في محافظة كربلاء العمل على تعزيز الوعي بأهمية رأس المال البشري الأخضر بين الموظفين وأعضاء هيئة التدريس والطلاب، يمكن تحقيق ذلك من خلال إطلاق حملات توعية وورش عمل حول الممارسات البيئية المستدامة وكيفية دمجها في العمل اليومي.
- 2- تعزيز السمعة التنظيمية من خلال الإدارة البيئية المستدامة: ينبغي على الجامعات الأهلية العمل على تعزيز سمعتها التنظيمية من خلال تبني ممارسات إدارة بيئية مستدامة، مثل تقليل النفايات، وتحسين كفاءة استخدام الموارد، وتعزيز الوعي بالبيئة بين جميع أعضاء المؤسسة.
- 3- تحسين الاتصال والتواصل مع الجهات المعنية: يجب على الجامعات الأهلية تعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور والجهات المعنية، بما في ذلك الطلاب والمجتمع المحلي والشركاء المحتملين، لتعزيز سمعتها التنظيمية وتحسين الثقة بها.
- 4- تعزيز الجودة والأداء الجامعي: ينبغي على الجامعات الأهلية العمل على تعزيز الجودة والأداء الجامعي من خلال توفير بيئة تعليمية محفزة وموارد متطورة، وتطبيق أحدث الأساليب التعليمية وتحفيز الموظفين وأعضاء هيئة التدريس على التميز والابتكار.
- 5- تطوير إستراتيجيات مستقبلية: يمكن للجامعات الأهلية استخدام نتائج هذه الدراسة لتطوير إستراتيجيات مستقبلية تهدف إلى تعزيز رأس المال البشري الأخضر وإدارة السمعة التنظيمية بشكل فعال ومستدام.

المصادر References

- 1- بريس، أحمد كاظم، البناء، زينب مكي، الدهان، جنان مهدي (2019). رأس المال الفكري الأخضر وتأثيره في التوجه الريادي، دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في جامعة وارث الأنبياء، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد 8، العدد 29، 2019.
- 2- البشيتي، سها عمر، أيمن سليمان أبو سويح، & عبد الله حسن أبو سعد. (2022). دور الفاعلية الذاتية كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الحياة الوظيفية والسمعة التنظيمية في الجامعة الإسلامية بغزة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد (7) العدد (17).
- 3- البهادلي، أحمد جاسم محمد، (2023)، تأثير إدارة الموارد البشرية الصلبة لتعزيز أداء العاملين في ظل إدارة الجودة الشاملة، دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي تربية ميسان.
- 4- الحسيني، عباس علي محمد (2015) معايير الجودة ودورها في تطوير الجامعات العراقية. بحث لقياس الجودة في التعليم العالي، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية 1، المجلد (6) العدد (1).
- 5- الحيدري، إيمان كريم (2022). توظيف رأس المال الفكري الأخضر في تعزيز إستراتيجية الاستدامة الاستباقية، دراسة استطلاعية تحليلية في عينة من المنظمات الصناعية.

- 6- سعود, ربيع ياسين, حسين, مروان صباح, سعود, زيد ياسين (2020) التسويق الوردي وتأثيره على السمعة التنظيمية (بحث تطبيقي في شركة فلورمار للتجميل). مجلة الدنانير مجلد(1) العدد(18).
- 7- السباعوي, احمد خالد, البدراني محمود شعبان(2023) الذكاء التنظيمي وانعكاسه على السمعة التنظيمية, دراسة استطلاعية لأراء عينة من رؤساء الأقسام في جامعة الموصل, مجلة الاقتصاد والدراسات الإدارية (EASJ) (مجلة الدنانير سابقاً), العدد (2) المجلد(31).
- 8- عبد الفتاح, عز حسن, (2008) "مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام (spss)", دار الخوارزمي للطباعة والنشر.
- 9- الكريطي, احمد كاظم (2018). تأثير المقدرات المعرفية في السمعة التنظيمية من خلال تمكين القيادة- بحث تحليلي لأراء عينة من اعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات والكليات الأهلية العامة في محافظة كربلاء المقدسة.
- 10- مشكور, سعود جابر, العبودي, علي عبد الرزاق, فضل, خيرية عبد, مالك, اسماء عبد الواحد(2022) تأثير رأس المال الفكري على استدامة الاعمال, مجلة كلية الكوت الجامعة.
- 11- مصطفى, منى سامي محمود (2022) (تأثير اليقظة الإستراتيجية على السمعة التنظيمية بتوسيط الأداء المؤسسي, دراسة تطبيقية على العاملين بمستشفيات جامعة المنصورة. مجلة البحوث المالية والتجارية, مجلد (23) العدد (3), 543-483.
- 12- هاشم, نهلة عبد القادر, هلال, محمد سعيد, الكلش, محمد ناصر, (2023) دراسة نظرية لعمليات إدارة سمعة الجامعات المعاصرة في ضوء بعض نماذج السمعة التنظيمية, مجلة الإدارة التربوية, العدد (38), 70-13.
- 13- وردة, بويد و زوادي سولاف سهام(2021) اثر رأس المال الفكري الأخضر على الأداء البيئي لمنظمات الاعمال الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير, قسم علوم التسيير-دراسة شركة سونلغاز للإنتاج والتوزيع بادرار كنموذج.
- 14- Ullah, H., Wang, Z., Bashir, S., Khan, A. R., Riaz, M., & Syed, N. (2021). Nexus between IT capability and green intellectual capital on sustainable businesses: evidence from emerging economies. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 27825-27843.
- 15- Al Shuqairat, E. A., & Al-Shura, M. S. (2021). Organizational reputation within the Framework of Total Quality Management: the University of Jordan as a Model. *International Business Research*, 14(12), 1-41.
- 16- Ali, H., Yin, J., Manzoor, F., & An, M. (2023). The impact of corporate social responsibility on firm reputation and organizational citizenship behavior: The mediation of organic organizational cultures. *Frontiers in Psychology*, 13, 1100448.
- 17- Ali, W., Wen, J., Hussain, H., Khan, N. A., Younas, M. W., & Jamil, I. (2021). Does green intellectual capital matter for green innovation adoption? Evidence from the manufacturing SMEs of Pakistan. *Journal of Intellectual Capital*, 22(5), 868-888.
- 18- Arie, A. A. P. G. B., Kumalasari, P. D., & Manuari, I. A. R. (2019). The role of green intellectual capital on competitive advantage: evidence from Balinese financial institution. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 3(3), 227-242.
- 19- Berg, J. E., & Blomqvist, S. (2019). Managing Corporate Reputation: Management Challenges to Communicate the Corporate Identity in a SME.
- 20- Boistel, P. (2014). Réputation: un concept à définir. *Communication et organisation*, 46, 211-224.
- 21- Bombiak, E. (2022). Green Intellectual Capital as a Support for Corporate Environmental Development—*Polish Company Experience*. *Energies*, 15(9), 3004.
- 22- Bombiak, E. (2023). Effect of Green Intellectual Capital Practices on the Competitive Advantage of Companies: Evidence from Polish Companies. *Sustainability*, 15(5), 4050.
- 23- Boštjančič, E., & Slana, Z. (2018). The role of talent management comparing medium-sized and large companies—major challenges in attracting and retaining talented employees. *Frontiers in psychology*, 9, 1750.

- 24- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
- 25- Carpenter, D. P., & Krause, G. A. (2012). Reputation and public administration. *Public administration review*, 72(1), 26-32.
- 26- Chahal, H., & Bakshi, P. (2014). Effect of intellectual capital on competitive advantage and business performance: Role of innovation and learning culture. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 11(1), 52-70.
- 27- Chawewong, K., & Naipinit, A. (2024). Examining the influence of top management green commitment and green intellectual capital on sustainable business performance of Thailand's thrift and credit cooperatives: The mediating role of collaboration. *Journal of Future Sustainability*, 4(2), 67-76.
- 28- Chen, Y. S. (2008). The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms. *Journal of business ethics*, 77, 271-286.
- 29- Elassy, N. (2015). The concepts of quality, quality assurance and quality enhancement. *Quality assurance in education*, 23(3), 250-261.
- 30- Elisa, Z. P., Nabella, S. D., & Sari, D. P. (2022). The Influence of Role Perception Human Resource Development, and Compensation on Employee Performance Universitas Ibnu Sina. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 1606-1612.
- 31- Febrianti, F. D., Sugiyanto, S., & Fitria, J. R. (2020). Green Intellectual Capital Conservatism Earning Management, To Future Stock Return As Moderating Stock Return (Study Of Mining Companies In Indonesia Listed On Idx For The Period Of 2014-2019). *The Accounting Journal of Binaniaga*, 5(2), 141-154.
- 32- Gharib, M., Shabbir Alam, M., Thonse Hawaldar, I., Murshed, M., Khan, U., Alvarado, R., & Ur Rehman, I. (2023). Roles of green intellectual capital facets on environmental sustainability in Oman. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(3).
- 33- Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review. *Frontiers in psychology*, 7, 144.
- 34- Hendriks, M. (2016). Organizational reputation, organizational attractiveness and employer branding: clarifying the concepts (Master's thesis, University of Twente).
- 35- Hurduzeu, R. E. (2015). The impact of leadership on organizational performance. *SEA- Practical Application of Science*, 3(07), 289-293. Chun, R. (2005), "Corporate reputation: Meaning and measurement", *International Journal of Management Reviews*, Vol.7, Issue. 2, Pp.91-109.
- 36- Joseph, F. Hair Jr., William C. Black, Barr Y J. Babin, Rolph E. Anderson” *Multivariate Data Analysis*” Eighth Edition© 2019, Cengage Learning Emea.
- 37- Kim, J. (2010). The link between service quality, corporate reputation and customer responses (Doctoral dissertation, University of Manchester)
- 38- Kizak, C. (2015). Reputation management: how to deal with online reputation threats? (Bachelor's thesis, University of Twente).
- 39- Li, W., Bhutto, M. Y., Waris, I., & Hu, T. (2023). The nexus between environmental corporate social responsibility, green intellectual capital and green innovation towards business sustainability: An empirical analysis of chinese automobile manufacturing firms. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 1851.
- 40- Lohmann, M. (2016). Corporate reputation in the digital age: a systematic comparison of antecedents and consequences for multi-channel retailers and pure-players (Master's thesis, University of Twente).

- 41- Mazzoleni, R., & Nelson, R. R. (2005). *The roles of research at universities and public labs in economic catch-up* (No. 2006/01). LEM Working Paper Series.
- 42- Meynhardt, T., Strathoff, P., Fröhlich, A., & Brieger, S. A. (2019). Same same but different: The relationship between organizational reputation and organizational public value. *Corporate Reputation Review*, 22, 144-158.
- 43- Na'ami, A., & Gholampoor, A. (2017). Investigating factor structure of social responsibility, customer satisfaction, organizational reputation and performance in enterprises (case study: Bank Shahr). *IUESA*, 5 (17), 1-12.
- 44- Omar, M. K., Mohd Yusoff, Y., & Kamarul Zaman, M. D. (2019). The effect of organizational learning capability as a mediating variable in the relationship between green intellectual capital and business sustainability: evidence from the manufacturing sector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 337-352.
- 45- Palevska, V. M. & Badarovski, T. (2013). the role of talent management in the development of the marketing team. Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, *International Review*, (3 – 4), pp. 97-110.
- 46- Pringviriya, N., Fadzil, F. H., & Syed Ismail, S. S. (2015). Service quality and customer satisfaction in Thailand's audit firms.
- 47- Sala, M. C. (2011), " Creating a New Multistakeholder Methodology for Measuring Corporate Reputation " Corporate Excellence Center for Reputation Leadership , Pp. 1- 6.
- 48- Schechner, R. (2017). *Performance studies: An introduction*. Routledge.
- 49- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation—An empirical study. *Schmalenbach business review*, 56, 46-71.
- 50- Setyawan, S., Juanda, A., & Inata, L. C. (2022). Role of green intellectual capital and company size on business sustainability. *Journal of Innovation in Business and Economics (JIBE)*, 6(1), 17-26. Astuti, P., & Datrini, L. (2021). Green competitive advantage: Examining the role of environmental consciousness and green intellectual capital. *Management Science Letters*, 11(4), 1141-1152.
- 51- Soeling, P. D., Arsanti, S. D. A., & Indriati, F. (2022). Organizational reputation: does it mediate the effect of employer brand attractiveness on intention to apply in Indonesia?. *Heliyon*, 8(4).
- 52- Sonnentag, S., & Frese, M. (2002). Performance concepts and performance theory. *Psychological management of individual performance*, 23(1), 3-25.
- 53- Story, J., Castanheira, F., & Hartig, S. (2016). Corporate social responsibility and organizational attractiveness: implications for talent management. *Social Responsibility Journal*, 12(3), 484-505.
- 54- Sunders, Mark; Lewis, Philp; Thornhill, Andrian (Research metods foe business students) Prentice Hall, 2009.
- 55- Wani, R., & Mulla, N. A. I. A Review on Impact of Green Human Resource Management (GHRM) on Employee Engagement and Environmental Performance.2024
- 56- Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., & Fawehinmi, O. (2019). Nexus between green intellectual capital and green human resource management. *Journal of cleaner production*, 215, 364-374.
- 57- Yusliza, M. Y., Yong, J. Y., Tanveer, M. I., Ramayah, T., Faezah, J. N., & Muhammad, Z. (2020). A structural model of the impact of green intellectual capital on sustainable performance. *Journal of Cleaner Production*, 249, 119334.
- 58- Zhang, Q., Cao, M., Zhang, F., Liu, J., & Li, X. (2020). Effects of corporate social responsibility on customer satisfaction and organizational attractiveness: A signaling perspective. *Business ethics: A European review*, 29(1), 20-34.