

أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء للمؤسسات السياحية والفندقية: الدور المعدل للهوية التنظيمية الخضراء

محمد عزت حشاد¹، رضا محمود أبو زيد²، مروة جمال أبو رية³
¹ قسم إدارة الفنادق – كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات
² قسم الدراسات السياحية – كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات

الملخص

زاد تواجده المؤسسات السياحية والفندقية نحو تبني الممارسات الخضراء، والاهتمام بدورها في الحفاظ على البيئة، وتحسين سمعتها الخضراء. في ضوء ذلك؛ تبنت هذه الدراسة متغيرات الثقافة التنظيمية الخضراء، والسمعة التنظيمية الخضراء، والهوية التنظيمية الخضراء كمؤشرات على اتجاه تلك المؤسسات نحو الاستدامة، بجانب عدم دراسة هذه المتغيرات في نموذج واحد في الدراسات السابقة. لذا؛ هدفت الدراسة إلى تقييم أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على كل من الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء، بجانب قياس أثر الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء. كذلك هدفت الدراسة إلى تقييم إذا كانت الهوية التنظيمية الخضراء تلعب دوراً معدلاً في العلاقة بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وكذلك استمارة الاستبيان للتحقق من أهداف الدراسة. تم توزيع 762 استمارة على عينة من العاملين في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) بمحافظة القاهرة، بينما تم الاعتماد على تحليل 665 استمارة فقط بإجراء بعض الاختبارات الإحصائية مثل الانحدار الهيكلي أو الهرمي لفحص دور المتغير المعدل في تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام برنامج SPSS v.28. أوضحت نتائج الدراسة وجود أثر معنوي وإيجابي لكل من الثقافة التنظيمية الخضراء والهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). كذلك بينت النتائج أن الثقافة التنظيمية الخضراء تؤثر معنوياً وإيجابياً على الهوية التنظيمية الخضراء. وأخيراً أبرزت النتائج أن الهوية التنظيمية الخضراء تساهم في تعديل وتعزيز تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). بالإضافة إلى ذلك؛ توصي الدراسة بزيادة الاستثمار في تنمية وتعزيز رأس المال البشري الأخضر من خلال توفير برامج تدريبية خضراء تكسب العاملين المهارات والمعارف الخضراء التي تمكنهم من التطبيق الناجح للأهداف والمبادرات الخضراء.

الكلمات الدالة: الثقافة التنظيمية الخضراء، الهوية التنظيمية الخضراء، السمعة التنظيمية الخضراء، الفنادق خمس نجوم، شركات السياحة، القاهرة.

مقدمة

يشهد العالم حالياً العديد من الكوارث الطبيعية الناتجة عن تغير المناخ، والاحتباس الحراري، حتى أصبح التدهور البيئي يهدد حياة الإنسان (Gürlek & Koseoglu, 2021). ولذلك قامت العديد من المنظمات بإعادة توجيه أنشطتها وعملياتها نحو الممارسات الصديقة للبيئة مع التركيز على الاستدامة (Aggarwal & Aggarwal, 2022). كذلك، شهدت صناعة السياحة والضيافة ميلاً متزايداً نحو الممارسات الخضراء وبدأت في إعطاء المزيد من الاهتمام للقضايا البيئية وتضمين الاستدامة في الأنشطة التنظيمية البيئية (شحاتة، 2021؛ البطران وآخرون، 2022)، ولكن هذه الجهود ليست كافية. لأن تطوير السلوكيات الصديقة للبيئة عملية تغيير وتحول ثقافي من أجل الاستجابة للمشاكل البيئية بطريقة مناسبة (Gürlek & Tuna, 2018).

تساعد الثقافة التنظيمية الخضراء على تنفيذ الاستراتيجيات الخضراء بنجاح. حيث تلعب ثقافة المنظمة دوراً هاماً في تنفيذ الممارسات البيئية والمستدامة (Porter et al., 2016). وتشير الثقافة التنظيمية إلى القيم والمعتقدات والمبادئ المشتركة التي توجه سلوك الموظفين والمنظمة (Wang, 2019). أدى تبني الممارسات الخضراء على مستوى

المنظمة إلى تحول الثقافة التنظيمية إلى الثقافة التنظيمية الخضراء (Aggarwal & Aggarwal, 2021). يمكن اعتبار ثقافة المنظمة خضراء عندما يتجاوز الموظفون أهداف البحث عن الربح لتقليل الآثار السلبية وتعظيم التأثير الإيجابي للأنشطة التنظيمية على البيئة (Sroufe et al., 2010). وأشار Abu Mahadi (2018) أن إنشاء الثقافة التنظيمية الخضراء هو الأساس الذي تعتمد عليه المنظمة العادية لتصبح منظمة خضراء. وقد تنوعت المصطلحات التي تصف مفهوم الثقافة التنظيمية الخضراء، بما في ذلك الثقافة الصديقة للبيئة، والثقافة المؤيدة للبيئة، والثقافة الموجهة نحو الاستدامة، والتي تعتمد بشكل أساسي على امتداد الثقافة التنظيمية إلى السياق الموجه نحو البيئة (Liu & Lin, 2020). كذلك زاد اهتمام المنظمات بالسلوكيات والممارسات البيئية وذلك لبناء سمعتها الخضراء (Dangelico, 2015). حيث تعمل السمعة الخضراء للمنظمات كاستراتيجية لبناء القدرة التنافسية، وذلك لأنها أصل غير ملموس يمنح المنظمة القوة لخلق اسم جيد. فالسمعة الخضراء هي جميع الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والمتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة والتقارير البيئية (Raka et al., 2020). يمكن اعتبار السمعة الخضراء على أنها السمعة التي اكتسبتها المنظمة من ممارسة التنمية الخضراء وتعزيز تحقيق الأهداف الخضراء المستدامة (Xi et al., 2022). يتم تقييم سمعة المنظمة على أساس متعدد الأبعاد، حيث يؤدي الأداء الاجتماعي والبيئي الإيجابي عمومًا إلى سمعة جيدة (Baah et al., 2020).

كما تسعى المنظمات إلى تعزيز قدرتها على التنمية المستدامة من خلال الاهتمام بالهوية التنظيمية. حيث يؤثر الشعور بالهوية التنظيمية على الطريقة التي يتصرف بها الموظفون في المنظمة. فعندما يتناسب الاهتمام الأكبر بالبيئة مع عنصر داخلي للهوية التنظيمية، فمن الصعب بشكل تدريجي التغاضي عن القضايا البيئية (Shim & Faerman, 2017). وفقًا لنظرية الهوية التنظيمية، فإن الهوية التنظيمية الخضراء هي مخطط تفسيري حول الإدارة البيئية والحماية التي يبنها الأعضاء بشكل جماعي لتوفير معنى لسلوكهم (Chang & Chen, 2013). عندما تواجه المنظمات التي تتمتع بإحساس قوي بالهوية التنظيمية الخضراء ضغوطًا خارجية للتعامل مع المشكلات البيئية، فإن ردود الفعل الإبداعية على هذا الضغط يمكن أن تنتج مفاهيم جديدة ومفيدة، والتي تحفز أيضاً قدرة المؤسسة على الابتكار الصديق للبيئة. علاوة على ذلك، تدرك المنظمات المهتمة بالبيئة أهمية حماية البيئة. ومن ثم، فإنهم يمثلون قلقهم من خلال الأفعال. عندما تصبح المسائل البيئية هي الهدف الأساسي للهوية التنظيمية، فإنها ستحتج أعضاء المنظمة على المساهمة في حماية البيئة (Al-Zu'bi & Albloush, 2022). تساهم الهوية التنظيمية الخضراء في اكتساب الشرعية التنظيمية البيئية من خلال الجمع بين العديد من المهارات ومجالات الخبرة للمنظمة وإضافة الابتكار السلس الذي يركز على الحد من النفايات ومنع التلوث وتطبيق نظام الإدارة البيئية. كما تلهم الهوية التنظيمية الخضراء مديري المنظمات لتطبيق التقنيات الجديدة التي يحتاجها السوق (Chang & Chen, 2013; Soewarno et al., 2019).

إن زيادة وعي العملاء وأصحاب المصلحة بقضايا الاستدامة البيئية جعل من الضروري تطوير السمعة الخضراء، الأمر الذي يتطلب من المنظمات الصغيرة والمتوسطة المشاركة في المزيد من الممارسات الخضراء (Ansong & Agyemang, 2016). ولذلك، يعد تحديد العوامل أو الموارد والقدرات التي يمكن أن تساعد المنظمات في بناء سمعتها الخضراء، خاصة بين الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الأسواق الناشئة، أحد المجالات البحثية الجديرة بالاهتمام (Agyabeng-Mensah et al., 2022).

مشكلة الدراسة

بالرغم من أهمية الثقافة التنظيمية الخضراء للفنادق، إلا أنه تم إهمالها في مجال الضيافة إلى حد كبير باستثناء بعض الأوراق البحثية في المجال ذي الصلة (Gürlek & Tuna, 2018; Asadi et al., 2020). حيث أشاروا إلى ضرورة تطوير الفنادق للثقافة التنظيمية الخضراء باعتبارها عاملاً محددًا للابتكار الأخضر والميزة التنافسية. كما أشار Khairy et al. (2023) إلى القصور في مستوى الثقافة التنظيمية الخضراء بالفنادق المصرية على الرغم من الارتباط الإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء بأداء الإدارة البيئية. وخلص الرميدي وإبراهيم (2023) أن هناك انخفاض ملحوظ في تمتع الشركات السياحية بالسمعة التنظيمية الخضراء، وذلك لعدم تبني الشركات الثقافة التنظيمية

الخضراء التي تشجع العاملين على الابتكار والابداع وتنفيذ المبادرات الخضراء. وكما أنه لم يتم الكشف عن تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على بعض المتغيرات مثل سلوك الموظف الأخضر وإدارة الموارد البشرية الخضراء والوعي البيئي (Yeşiltaş et al., 2022). ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء للمؤسسات السياحية والفندقية، بالإضافة إلى استكشاف الدور الوسيط للهوية التنظيمية الخضراء في العلاقة بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء.

فروض الدراسة

الفرض الأول: تؤثر الثقافة التنظيمية الخضراء إيجابياً على الهوية التنظيمية الخضراء.
الفرض الثاني: تؤثر الثقافة التنظيمية الخضراء إيجابياً في السمعة التنظيمية الخضراء.
الفرض الثالث: تؤثر الهوية التنظيمية الخضراء إيجابياً في السمعة التنظيمية الخضراء.
الفرض الرابع: هناك دور معدل للهوية التنظيمية الخضراء في العلاقة بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء.

الإطار النظري

مفهوم الثقافة التنظيمية الخضراء

أشار بعض الباحثين مثل (Al-Swidi et al., 2021; Imran & Jingzu, 2022) أن مفهوم الثقافة التنظيمية الخضراء لا يزال حديث النشأة والتطور. وقد انبثق تعريف الثقافة التنظيمية الخضراء من تعريف الثقافة التنظيمية (Norton et al., 2015). وتشير الثقافة التنظيمية إلى الافتراضات العقلية والرموز والطقوس والتصورات الاجتماعية المشتركة التي تحكم السلوك في المنظمة (Ravasi & Schultz, 2006). ووفقاً لذلك، تُعرّف الثقافة التنظيمية الخضراء بأنها مجموعة من الافتراضات والقيم والرموز والأدوات التنظيمية التي تعكس رغبة أو حاجة المنظمة للعمل بطريقة مستدامة بيئياً (Harris & Crane, 2002).

وقد عرف Gürlek & Tuna (2018) الثقافة التنظيمية الخضراء بأنها مجموعة من الافتراضات الأساسية حول الإدارة البيئية والقضايا البيئية داخل المنظمة. وأشار خزعل (2018) إلى الثقافة التنظيمية الخضراء باعتبارها الأنشطة التي تحفز الموظفين على تبني السلوكيات والممارسات الصديقة للبيئة وذلك من خلال تحويل الثقافة التقليدية إلى الثقافة الخضراء. حيث تعمل الثقافة التنظيمية الخضراء على تطوير السلوكيات أو الأفكار الجديدة أو العمل على تقليل الأثار السلبية للمنظمة على البيئة، وذلك باعتبار الثقافة التنظيمية الخضراء نمط الافتراضات المشتركة للمنظمة حول القضايا البيئية والإدارة البيئية التي تشكل سلوكيات العاملين القياسية المتوقعة في المنظمة. وأيضاً عرف Hadjri et al. (2019) الثقافة التنظيمية الخضراء على أنها قيم ومعتقدات وسلوك أعضاء المنظمة فيما يتعلق بالبيئة الطبيعية. تشمل الثقافة التنظيمية الخضراء المعتقدات والقيم والمعايير والرموز والأفكار النمطية الاجتماعية المشتركة حول الإدارة البيئية والتنظيمية وتشكل السلوك القياسي المتوقع من الأفراد (Chang, 2015; Chang & Lin, 2015). وبالتحديد، فإن السياق الرمزي لحماية البيئة وإدارتها ضمن الثقافة التنظيمية الخضراء يشكل سلوكيات وتصورات أعضاء المنظمة (Y. S. Chen, 2011).

كما تم تعريف الثقافة التنظيمية الخضراء بأنها القيم والمعتقدات التي توجه الممارسات المختلفة في المنظمة كي تصبح صديقة للبيئة (Afum et al., 2020; Liu & Lin, 2020). ويتفق معهم Chen et al. (2020) حيث أشار إلى الثقافة التنظيمية الخضراء باعتبارها مجموعة من الافتراضات والقيم والابداعات التي تعكس المتطلبات التنظيمية المتعلقة بالعمليات المستدامة بيئياً. ووفقاً لحاجم وآخرون (2021) تشير الثقافة التنظيمية الخضراء إلى الرموز والقيم والمعايير الخضراء التي تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الموظفين واهتمامهم بالقضايا البيئية. وتعد الثقافة التنظيمية الخضراء وسيلة المضي قدماً نحو التنمية المستدامة التي لا يمكن تحقيقها إلا من خلال دمج القيم المؤيدة للبيئة في الثقافة التنظيمية (Tahir et al., 2019). يمكن أن يتم ذلك عن طريق إدارة الموارد البشرية باعتبارها الحارس للثقافة التنظيمية وتمتلك المهارات والمعرفة الأساسية لتعزيز وتقوية الثقافة التنظيمية التي تحركها الهوية التنظيمية الخضراء

المتتمثلة في القيم التنظيمية المتصورة في الرؤية والرسالة (Zhu et al., 2021). ولقد أشار Assaf et al. (2012) إلى الفوائد المترتبة على تبنى المنظمات للثقافة التنظيمية الخضراء مثل زيادة الأرباح، والعائد على الأصول، وربحية رأس المال، وتحسين التدفق النقدي، ورضا العملاء، والتعاون مع السكان المحليين، والتعاون البيئي للمنظمات غير الحكومية، وزيادة رواتب الموظفين، وتقليل النفايات الصلبة، وتقليل استهلاك المياه، وانخفاض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون وجودة إعادة تدوير النفايات. كما أشارت الدراسات السابقة أن الثقافة التنظيمية الخضراء تزيد الإنتاجية التنظيمية، وتطور صورة العلامة التجارية الإيجابية للمؤسسة (Leonidou et al., 2015)، وتعزز الابتكار والإبداع التنظيمي (Yang et al., 2017; Gürlek & Tuna, 2018)، وتعمل كمصدر للميزة التنافسية للمنظمة (Raka et al., 2020)، وتعزز الهوية التنظيمية الخضراء للمنظمة (Y. S. Chen, 2011; Mushtaque et al., 2021)، كما تساعد في تحقيق التنفيذ الفعال للممارسات والسلوكيات الخضراء (Yeşiltaş et al., 2022).

أهمية الثقافة التنظيمية الخضراء

تُمثل الثقافة التنظيمية الخضراء مفهوماً رمزياً يعمل على توفير خارطة الطريق التي توجه سلوك الموظفين والعمليات التنظيمية من منظور الإدارة البيئية (Y. S. Chen, 2011). فالمنظمات التي تتبنى الثقافة الخضراء تميل إلى حل المشكلات ومواءمة إجراءاتها واستراتيجياتها مع القيم البيئية (Li et al., 2011). كما أن الثقافة أحد المتغيرات الهامة المسؤولة عن تشكيل سلوك الموظفين بما يتماشى مع المبادرات التنظيمية وكذلك عن النجاح التنظيمي (Chang & Lin, 2015). وتشكل الثقافة التنظيمية الممارسات البيئية والقضايا البيئية، لأن الثقافة لديها القدرة على خلق الظروف المواتية للحوار الاجتماعي الثقافي. كما تخلق الثقافة ضغطاً على الأفراد وتدفعهم إلى التصرف وفقاً للقيم الثقافية (Yeşiltaş et al., 2022). ويمكن تلخيص أهمية الثقافة التنظيمية الخضراء في النقاط التالية:

1. تعمل الثقافة التنظيمية الخضراء على تشجيع السلوكيات الخضراء للموظفين وذلك من خلال زيادة الوعي البيئي. حيث يعتمد السلوك الأخضر للموظفين على مستوى معرفتهم بالبيئة وروبتهم الخاصة للقضايا البيئية (Huang & Kung, 2011).
2. تعتبر الثقافة التنظيمية الخضراء شرطاً أساسياً للابتكار الأخضر في صناعة الضيافة لأنها توفر الظروف المناسبة للممارسات الخضراء وتبسط أنشطة الابتكار الأخضر (Gürlek & Tuna, 2018). لا تساهم الثقافة التنظيمية الخضراء في زيادة وعي أعضاء المنظمة بأهمية الممارسات الخضراء فحسب، بل تحفزهم أيضاً على المطالبة بتنفيذ تلك الممارسات المعنية. نتيجة لذلك، تخلق الثقافة التنظيمية الخضراء الظروف التي تمكنها من تنفيذ الابتكار الأخضر (Chang, 2015).
3. تعمل الثقافة التنظيمية الخضراء على زيادة الميزة التنافسية للمنظمات السياحية والفندقية (Aggarwal & Aggarwal, 2021). وذلك لأن الثقافة التنظيمية هي إحدى الموارد غير المادية للمنظمة التي لا يمكن تقليدها بشكل كامل. لذا، فإن المنظمات التي تتمتع بثقافة تنظيمية خضراء، تجعل من الصعب على الآخرين تقليد استراتيجياتها البيئية (Wang, 2019)، وبالتالي يكتسبون ميزة تنافسية من خلال التميز عن طريق تحسين تصميم المنتج وجودته من خلال الابتكار الأخضر وانخفاض التكاليف من خلال توفير الموارد والطاقة والمياه (W. J. Chen, 2011; Gürlek & Tuna, 2018).
4. تعمل الثقافة التنظيمية الخضراء على تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية البيئية (Pham et al., 2018). فعندما يدرك الموظفون أن المنظمة تدعم الانخراط في السلوكيات المؤيدة للبيئة من خلال توفير الموارد اللازمة، فأنهم يكونوا أكثر استعداداً للتصرف بشكل بيئي في مكان العمل (Paillé et al., 2013). كما أن توصيل السياسات الخضراء لجميع الموظفين والدعم التنظيمي لأدائهم البيئي يعزز الالتزام التنظيمي للفرد، والذي بدوره يعزز سلوكهم البيئي في المنظمة (Temminck et al., 2015; Zientara & Zamojska, 2018).

٥. يؤدي التغيير الثقافي الذي يركز على البيئة إلى ظهور أفكار ووجهات نظر جديدة في المنظمة، مما يؤدي إلى منظمة مستدامة. كما تعمل الثقافة الخضراء على الموازنة بين تصرفات الموظفين وتوجه المنظمة نحو الأنشطة البيئية (García-Machado & Martínez-vila, 2019).

أبعاد الثقافة التنظيمية الخضراء

أعتمد الباحثين في بعض الدراسات مثل (خزل، 2018؛ محمد وآخرون، 2021؛ Aggarwal & Aggarwal, 2021) على قياس الثقافة التنظيمية الخضراء من خلال الأبعاد الثلاثة التي حددها Harris & Crane (2002) وهم الدرجة والانتشار والعمق. كما صنف Harris & Crane الأبعاد الثلاثة إلى سبعة عوامل وهم معتقدات الأداء، وثقافة الصناعة الكلية، والحوجز التنظيمية، والفلسفات البديلة، والأحداث الرمزية، والتجزئة الثقافية، ومقاومة التغيير.

أ- درجة تخضير الثقافة التنظيمية: تشير إلى مدى شعور المديرين بأن القيم والأفكار الخضراء تتجسد في المنتجات والإبداعات التنظيمية. تضم درجة تخضير الثقافة التنظيمية عاملي معتقدات الأداء وثقافة الصناعة الكلية. حيث تشير معتقدات الأداء إلى مدى اعتقاد مدير المنظمة أن قيم الاستدامة أو القضايا الخضراء ذات تأثير إيجابي على الربح والمبيعات والحصة السوقية مما ينتج عنه دمج هذه القيم في ثقافة المنظمة وبالتالي تخضير ثقافة المنظمة (Porter et al., 2016). بينما تشير ثقافة الصناعة الكلية إلى وجود موضوعات واتجاهات مشتركة ضمن الافتراضات والقيم والأدوات البيئية للمنظمة في صناعة معينة على عكس الصناعات الأخرى. حيث يعتقد بأن المنظمات المهتمة بالقضايا الخضراء تُمنح الأولوية على الصناعات الأخرى، وبالتالي تسعى هذه الصناعات إلى تحقيق أعلى درجات الثقافة التنظيمية الخضراء (Aggarwal & Aggarwal, 2021).

ب- انتشار تخضير الثقافة التنظيمية: يشير إلى مدى اعتقاد المديرين بأن هذه المشاعر والسلوك معروضة في جميع أنحاء المنظمة. يضم انتشار تخضير الثقافة التنظيمية عاملي الحواجز التنظيمية والتجزئة الثقافية (Porter et al., 2016). حيث تشير الحواجز التنظيمية إلى العقبات الداخلية التي تواجه المنظمة أثناء تنفيذ الممارسات الخضراء مثل مدى مركزية صنع القرار والسياسة الداخلية والتنسيق بين الوظائف وغيرها. في حين تشير التجزئة الثقافية إلى مدى اعتقاد المديرين بأن ثقافة المنظمة تتميز بوجود ثقافات فرعية مختلفة. تضم التجزئة الثقافية ثقافات فرعية جغرافية، ومهنية، ووظيفية مختلفة وكل ثقافة فرعية لها آثارها السلبية والإيجابية. كلما زاد عدد الثقافات الفرعية وحجمها وقوتها، انخفض انتشار الثقافة التنظيمية الخضراء (Küçükoğlu & Pinar, 2018).

ج- عمق تخضير الثقافة التنظيمية: يشير إلى مدى تقدير المديرين للمبادرات الخضراء. ويضم بُعد عمق التخضير الثقافي كلا من الأحداث الرمزية والفلسفات البديلة ومقاومة التغيير (Pereira et al., 2013). فالأحداث الرمزية تشير إلى دور الرموز والأحداث الرمزية (السلبية والإيجابية) والإجراءات في تنمية الثقافة أو الوعي الأخضر في المنظمة، وتتضمن بشكل عام استجابة المديرين لأي تغيير ثقافي. تؤثر رموز الإجراءات الإيجابية على زيادة الالتزام التنظيمي بالقضايا الخضراء على عكس رموز الإجراءات السلبية (Porter et al., 2016). في حين تشير الفلسفات البديلة إلى الهيمنة الثقافية المتصورة لفلسفة عمل المنظمة، وتختلف فلسفة عمل المنظمات فمنها ما هو موجهة للسوق، أو الموجهة نحو الخدمة، أو الموجهة نحو الربح، وما إلى ذلك. المنظمات التي لديها فلسفة عمل مهيمنة تركز على الإدارة البيئية ستكون قادرة على التكيف مع القضايا الخضراء بسهولة. بينما مقاومة التغيير توضح التحدي غير المبرر للوضع الراهن المقبول أو للطريقة أو العملية التقليدية المقبولة. قد يرى الموظفون الاستدامة على أنها بدعة إدارية وبالتالي يرفضون مبادرات الاستدامة دون النظر حتى في جدواها. لذا، من أجل نجاح التغيير الثقافي الأخضر يتعين على المنظمة أن

تنظر لكل موظف وفقاً لمعتقداته الشخصية وحل العقبات التي تمنعهم من تقبل الثقافة التنظيمية الخضراء (خزعل، 2018).

السمعة التنظيمية الخضراء

أشار Gotsi & Wilson (2001) أن سمعة المنظمة هي شرح للأنشطة التي قامت بها في الماضي والمستقبل بسمات أفضل مقارنة بمنافسيها. يتم تحديد السمعة من خلال كيفية تفاعل المجتمع تجاه الأنشطة المختلفة التي تقوم بها المنظمة (Love & Kraatz, 2009). حيث تقوم المنظمات بتقديم العديد من القضايا الهامة التي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على رأي المجتمع، وتشمل القضايا الهامة تقريراً عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات يتألف من تقرير عن الوعي البيئي (Brammer & Pavelin, 2006). وبالتالي سيشكل التزام المنظمة بالوعي البيئي سمعتها الخضراء التي تعتبر مهمة للموظفين والعملاء وأصحاب المصلحة، بالإضافة إلى أنها تعمل كآلية لإدارة مخاطر السمعة (Bebbington et al., 2008).

وقد أدت الأهمية المتزايدة للمعرفة البيئية والوعي بقضايا البيئة بين المنظمات والمجتمعات والأفراد والدول إلى زيادة تبني ممارسات الإدارة الخضراء داخل المنظمات وعبرها لتعزيز سمعة المنظمات الخضراء (Martín-de Castro et al., 2020). حيث تعتبر السمعة الخضراء أحد الأصول الرئيسية غير الملموسة للمنظمة التي تسلط الضوء على إدارتها الناجحة لاستراتيجياتها البيئية تجاه أصحاب المصلحة في السوق (Barnett et al., 2006). كما تعد السمعة الخضراء أحد الأصول الرئيسية التي تحتاجها المنظمات لخلق ميزة تنافسية والحفاظ عليها (Qiu et al., 2020).

عرف Toms (2002) السمعة الخضراء بأنها أحد الأصول التنظيمية القيمة غير الملموسة التي تشير إلى التوافق التنظيمي مع الأعراف الاجتماعية المتعلقة بالحفاظ على البيئة. وتشير السمعة الخضراء إلى التمثيلات الإدراكية الموحدة لأصحاب المصلحة في السوق ومن خارج السوق، حول الإجراءات والأداء البيئي للمنظمة في الماضي والحاضر، والآفاق المستقبلية، والقدرة على خلق قيمة مستدامة مشتركة لكل من أصحاب المصلحة في السوق وأصحاب المصلحة من خارج السوق مقارنة مع منافسيها (Martín-de Castro et al., 2020).

والسمعة الخضراء هي السمعة التي جلبتها ممارسات المنظمة في التنمية الخضراء وتعزيز تحقيق الأهداف الخضراء المستدامة لتأسيس صورة جيدة للمسؤولية الاجتماعية (Xi et al., 2022). وعرف الرميدي وإبراهيم (2023) السمعة الخضراء بأنها تقييم العملاء لأنشطة المنظمة وفقاً لخبراتهم وتجاربهم مع المنظمة التي تشكلت مع مرور الوقت، بالإضافة إلى التقارير البيئية التي تعلنها المنظمة.

يمكن إدارة السمعة التنظيمية من خلال عملية الإفصاح عن التقرير السنوي عبر وسائل الإعلام المختلفة (Hasseldine et al., 2005). أكد كلا من Raka et al. (2020) بأن الوعي البيئي والانخراط في الأنشطة البيئية ونشر التقارير البيئية تساهم في خلق السمعة الخضراء للمنظمات. كما أن تطبيق المنظمة للثقافة الخضراء يعمل على إضفاء الشرعية على السمعة التنظيمية الخضراء للمنظمة بناءً على تصورات العملاء. وأن السمعة الخضراء للمنظمة ستكون أقوى في نظر المجتمع من خلال الأنشطة التي تراعي البيئة، وإشراك المزيد من الموظفين في الإجراءات الاجتماعية، بالإضافة إلى تقديم التقارير المهنية للأنشطة المتعلقة بالبيئة بشكل دوري.

كما ذكر Quintana-García et al. (2021) أنه لا يمكن تطوير سمعة المنظمة بناءً على الأنشطة الداخلية فحسب، بل يمكن أيضاً أن تكون مدفوعة بالإجراءات المبنية على التعاون بين المنظمات. تتطلب السمعة الخضراء مزيداً من التفاعلات مع أصحاب المصلحة الخارجيين من أجل اكتساب المعرفة من أنشطة الموردين والعملاء، إلى جانب أصحاب المصلحة الآخرين مثل المنافسين للحصول على المعلومات والموارد والمعرفة. تساعد مشاركة المعرفة بين الوحدات الداخلية للمنظمات على اكتساب أفكار بيئية جديدة وذات صلة بالبيئة والتي تساعد على تحسين العمليات والمنتجات الخضراء (Song et al., 2020). كما يمكن للمنظمات من خلال الحصول على معلومات حول الأداء الأخضر المبكر والاستراتيجيات والأهداف الخضراء للمنافسين ذوي الأداء البيئي العالي تحسين عملياتهم ومنتجاتهم الخضراء وذلك لتلبية متطلبات العملاء وتحسين السمعة التنظيمية الخضراء (Höflinger et al., 2018; Baah et al., 2021).

أهمية السمعة التنظيمية الخضراء

تعتبر السمعة الخضراء أحد الأصول التنظيمية التي لها قيمة جوهرية في نجاح الإدارة البيئية للمنظمة واستراتيجياتها البيئية (Barnett et al., 2006)، وتضمن الترويج الخارجي للمنظمة أمام أصحاب المصلحة في الأسواق (Martín-de Castro et al., 2020). كما تعتبر السمعة الخضراء أحد نتائج أداء المنظمة فيما يتعلق بأنشطة حماية البيئة (Pérez-Cornejo et al., 2020). يحفز السعي الجاد من أجل تحسين السمعة التنظيمية الصورة الخضراء للمؤسسة التي بدورها تحفز الثقافة الخضراء والاهتمامات الجادة بشأن الظروف البيئية التي تؤدي إلى تحسينات في الأداء. لذلك، يمكن اعتبار السمعة غير الملموسة للمنظمة بمثابة السمة الحاسمة لدعم أهداف المنظمة من أجل الاستدامة وبالتالي تحسين قدرتها التنافسية وأدائها البيئي (Linnenluecke & Griffiths, 2010). تعتبر السمعة الخضراء جزءاً مهماً من السمعة العامة للمنظمات، والتي يقدرها أصحاب المصلحة لأن ذلك يعكس الشفافية والالتزام الأخلاقي والمسؤولية للمنظمة. وتضمن السمعة الخضراء أيضاً جودة العمليات التشغيلية والخدمات المقدمة، واكتساب مستوى عالٍ من التقدير الاجتماعي، مما يساهم في تحسين الأداء المالي للمنظمة. علاوة على ذلك، فإن انتشار السمعة الخضراء يساعد في كسب ثقة العملاء، ويساعد المنظمات على الاحتفاظ بالموهوبين وجذب الأفراد المؤهلين، وتعزيز ولاء العملاء الحاليين (Saha et al., 2021). كما تعد السمعة الخضراء عنصراً مهماً لتحقيق الميزة التنافسية (Paillé et al., 2014; Saha et al., 2021)، حيث تتمتع المنظمات الربحية التي تعمل بطريقة مسؤولة بيئياً ولديها تاريخ من الوفاء بالالتزامات المجتمعية بميزة السمعة الخضراء المعززة (Fonseca et al., 2011). وخلصَ الرميدي وإبراهيم (2023) إلى أن السمعة التنظيمية الخضراء لها تأثير إيجابي كبير في تعزيز استدامة الميزة التنافسية للمنظمات.

الهوية التنظيمية الخضراء

الهوية التنظيمية هي نظرة عامة على كيفية تقييم المنظمة لإدارتها وكيف تريد أن يراها أصحاب المصلحة سواء داخلياً أو خارجياً (Y. S. Chen, 2011). بناءً على احتياجات التنمية الاقتصادية الداخلية والمسؤولية الاجتماعية للشركات، تعد قضايا حماية البيئة جزءاً لا يتجزأ من إطار الهوية التنظيمية. من أجل استيعاب هذا الاتجاه التنموي، اقترح Chen تصوراً جديداً يسمى الهوية التنظيمية الخضراء من خلال دمج حماية البيئة في إطار الهوية التنظيمية (Ma et al., 2023)، وهو عبارة عن مخطط تفسيري حول الإدارة البيئية والحماية التي يبنيناها الأعضاء بشكل جماعي من أجل توفير معنى لسلوكياتهم الخضراء (Y. S. Chen, 2011). يتطلب ذلك من المنظمات تحويل وتحسين المنتجات الخضراء بما يتناسب مع البيئة والقضايا التي تواجه أصحاب المصلحة (Tseng et al., 2013). الهوية التنظيمية الخضراء هي نموذج توضيحي تم إنشاؤه لإعطاء أهمية بالغة لسلوك الإدارة البيئية للمنظمات. تجسد هذه الهوية فهم الموظفين لبناء منظمة صديقة للبيئة بناءً على السمعة المتصورة والصورة والعلامة التجارية التي يجب أن تتماشى مع التخطيط طويل الأجل بشأن إجراءات التخضير في قطاعات الأعمال (Song & Yu, 2018; Song et al., 2019). تشير الهوية التنظيمية الخضراء إلى الهوية التنظيمية للموظفين عندما تخضع المنظمة للإطار التفسيري للإدارة البيئية والحماية، والتي يتم بناء هيكلها بشكل مشترك من قبل أعضاء المنظمة وتقدر سلوك أعضائها الصديق للبيئة (Chang et al., 2019).

عادةً ما يتم بناء الهوية التنظيمية الخضراء بشكل مشترك من قبل جميع الموظفين ويُنظر إليها على أنها أساس تحسين أداء الاستدامة (Soewarno et al., 2019). تشكل العوامل السياقية للمنظمات مثل ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء الهوية التنظيمية الخضراء للموظفين (Zhu et al., 2021). حيث تعمل إدارة الموارد البشرية الخضراء على تحسين الهوية التنظيمية الخضراء من خلال استقطاب الموظفين ذوي القيم الخضراء المماثلة لقيم المنظمة، ونشر لوائح الإدارة البيئية التي تسمح لهم بالتعرف على الهوية التنظيمية الخضراء للمنظمة، بالإضافة إلى مكافأة الموظفين على مشاركتهم في تحقيق الأهداف البيئية، وبالتالي تعمل إدارة الموارد البشرية الخضراء باستمرار على تعزيز اعتراف الموظفين بالثقافة الخضراء لتكوين القيم الخضراء المتوافقة مع هوية المنظمة (Liu et al., 2021).

أهمية الهوية التنظيمية الخضراء

في سياق الضغط البيئي المتزايد، تشرح الهوية التنظيمية الخضراء بشكل أفضل السلوك التكيفي الجديد للمنظمات، مثل فهم سلوك الابتكار الأخضر (Shim & Faerman, 2017). ووفقاً لوجهة النظر القائمة على الموارد الطبيعية، فإن الهوية التنظيمية الخضراء هي مورد أخضر يشجع المؤسسات على إنشاء مزايا تنافسية مستدامة ولا يمكن تقليدها (Y. S. Chen, 2011). في الإدارة البيئية، يحتاج الأعضاء التنظيميون إلى إنشاء مفهوم مشترك للترابط مع المنظمات والفرق والأفراد (Mesmer-Magnus et al., 2018). تساعد هوية المنظمة الخضراء الأعضاء على فهم العلاقة بين أهداف وأفعال الابتكار التنظيمي الأخضر بشكل واضح وتبني نموذج تفسير مشترك على أساس فهم واستكشاف المعنى العميق للسلوك السطحي (Chang et al., 2019). تعمل الهوية التنظيمية الخضراء على دمج القضايا البيئية في الإدراك النفسي الشخصي بأن أي سلوك ذا صلة بالإدارة البيئية يستحق التشجيع الشديد (Y. S. Chen, 2011; Song et al., 2019). وتساعد في زيادة الالتزام البيئي والأداء الإيجابي للابتكار الأخضر، وذلك لأن الهوية التنظيمية الخضراء تمنح الموظفين إحساساً بالانتماء إلى المنظمة لأداء الأعمال الصديقة للبيئة (Mushtaq et al., 2019). كما تساعد الهوية التنظيمية الخضراء الموظفين في المنظمات على فهم الصلة بين أهداف الإدارة والإجراءات المتخذة وفقاً لذلك، وبالتالي إنشاء ميزة تنافسية خضراء (Chen et al., 2022).

تساعد الهوية التنظيمية الخضراء في زيادة مشاركة المعرفة الخضراء بين أعضاء المنظمة، وتكثيف درجة الملكية النفسية للمنتجات الخضراء، وبالتالي زيادة الأهداف المستدامة وتعزيز الأداء المستدام (Chang & Hung, 2021). علاوة على ذلك، تمكن أصحاب المصلحة من فهم الثقافة الخضراء بشكل أفضل ومن ثم المشاركة في الإجراءات الداعمة (De Roeck & Farooq, 2018; Song & Yu, 2018). بشكل عام، فإن أصحاب المصلحة الذين يتمتعون بمستوى أعلى من الهوية التنظيمية الخضراء سيأخذون زمام المبادرة لتحسين إجراءات تخضير المنظمة بأكملها، وسيقومون أيضاً بدمج المعرفة والتكنولوجيا والاستفادة منها في زيادة الإنتاجية (Liu et al., 2022).

ولذلك تلعب الهوية التنظيمية الخضراء دوراً كبيراً في تشكيل سلوكيات المواطنين التنظيمية البيئية. وذلك لأن الهوية التنظيمية الخضراء العالية تجعل الموظفين مرتبطين نفسياً بالمنظمة وأكثر تركيزاً على تحقيق الأهداف البيئية (Liu et al., 2021). حيث تجعل الهوية التنظيمية الخضراء الموظفين على استعداد لاتخاذ مصالح المنظمة كقواعد أخلاقية خاصة بهم وحماية هذه المصالح والنضال من أجلها. لذلك، عندما يتمتع الموظفون بمستوى عالٍ من الهوية التنظيمية الخضراء، يصبح لديهم مشاعر إيجابية تجاه القيم البيئية للمؤسسة ويتطلعون إلى البحث عن المزيد من الفوائد البيئية للمؤسسة لأداء المهام التي يحتاجونها لإكمال عملهم بطريقة أكثر صداقة للبيئة (DINARJITO & AHMAR, 2023).

الدراسة الميدانية

أداة الدراسة

تم استخدام استمارة الاستبيان لتجميع بيانات الدراسة، والتي تصميمها للتحقق من أهداف وفروض الدراسة. تضمنت الاستمارة 16 عبارة موزعة ثلاثة محاور مرتبطة بمتغيرات الدراسة، بجانب محور خاص بالبيانات الديموغرافية والوظيفية لعينة الدراسة. تناول المحور الأول تقييم مستوى تبني الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) بمحافظة القاهرة للثقافة التنظيمية الخضراء من خلال 5 عبارات تم إعدادهم باستخدام مقياس Pham et al. (2018). أما المحور الثاني فتناول قياس درجة تبني تلك الفنادق والشركات للهوية التنظيمية الخضراء من 6 عبارات تم إعدادهم باستخدام مقياس إسماعيل وطه (2020). علاوة على ذلك؛ تناول المحور الثالث تقييم مستوى السعة التنظيمية الخضراء لتلك الفنادق والشركات من خلال 5 عبارات تم إعدادهم باستخدام مقياس Agyabeng- Mensah et al. (2022). تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي للإجابة على عبارات المحاور الثلاثة. وأخيراً تناول المحور الرابع البيانات الديموغرافية والوظيفية لعينة الدراسة من حيث الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة.

مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين ببعض أقسام الفنادق الخمس نجوم (الاستقبال، خدمة العملاء، التسويق والمبيعات، خدمة الغرف، إدارة الموارد البشرية، الأغذية والمشروبات) وشركات السياحة فئة (أ) (السياحة الخارجية، السياحة الدينية، الحجز، التعاقدات، النقل السياحي) بمحافظة القاهرة، نظراً لوجود عدد كبير من الفنادق الخمس نجوم بالقاهرة، وكذلك وجود أكبر عدد من شركات السياحة فئة (أ) بالمحافظة، وكذلك التنوع الكبير في الأنشطة والخدمات السياحية التي تقدمها تلك الفنادق والشركات (Abdelhamied et al., 2023). كما تتميز تلك الفنادق والشركات بتقديم مجموعة من الخدمات والأنشطة الفندقية والسياحية ذات الجودة العالية، ووجود عاملين مؤهلين ومميزين لديهم القدرة على تقديم خدمات مميزة، وقربهم من الأماكن السياحية والأثرية (Farahat et al., 2022; Al-romeedy, 2019). تم اختيار شركات السياحة فئة (أ) أيضاً لتقديمها خدمات سياحية متنوعة مثل تنظيم البرامج السياحية الخارجية والداخلية، وحجز تذاكر الطيران، والحج والعمرة، والنقل السياحي وغيرها من الخدمات التي يحتاج إليها العملاء (Alfy et al., 2023; Gaafar et al., 2022). بلغ عدد الفنادق الخمس نجوم بالقاهرة 19 فندق، كما بلغ عدد شركات السياحة فئة (أ) 1452 شركة. تم تحديد حجم العينة وفقاً لـ (Saunders et al., 2009)، حيث تم توزيع 762 استمارة على عينة عشوائية من العاملين في تلك الفنادق والشركات. ويبين الجدول التالي بيانات استمارات الاستبيان.

جدول رقم (1): بيان بعدد استمارات الاستبيان

عدد الاستمارات	الفنادق	شركات السياحة	الإجمالي
الموزعة	441	321	762
المستردة	402	307	709
المفقودة	39	14	53
غير الصالحة	26	18	44
الصالحة	376	289	665

الاختبارات الإحصائية المستخدمة:

لتحليل بيانات الدراسة، والتحقق من الأهداف، واختبار الفروض؛ تم إجراء الاختبارات الإحصائية التالية باستخدام برنامج SPSS V. 28:

- معامل ألفا كرونباخ لتحديد درجة ثبات استمارة الاستبيان واتساقها الداخلي.
- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على البيانات الديموغرافية والوظيفية لعينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للتعرف على اتجاهات إجابة عينة الدراسة على عبارات محاور الدراسة الثلاثة.
- معامل الارتباط لتقييم اتجاه وقوة العلاقة بين المتغيرات الثلاثة للدراسة.
- تحليل الانحدار البسيط لقياس الأثر المتبادل بين متغيرات الدراسة الثلاثة.
- تحليل الانحدار الهيكلي أو الهرمي لفحص دور المتغير المعدل في تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ

من أجل التحقق من ثبات أداة الدراسة؛ تم إجراء اختبار الثبات والاتساق الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفا، وذلك للتأكد من إمكانية الاعتماد على نتائج هذه الدراسة وتعميمها على المجتمع الكلي. ويوضح جدول رقم (1) نتائج اختبار معامل كرونباخ ألفا. وتبرز النتائج بالجدول أن جميع قيم كرونباخ ألفا كانت أعلى من النسبة المقدرة بـ 70%، مما

يدل على ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها لتحقيق الغرض منها، والاعتماد على نتائج تحليل البيانات التي تم تجميعها وتعميمها.

جدول رقم (2): قيمة معامل اختبار الثبات والاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا)

المتغيرات	قيمة كرونباخ ألفا
الثقافة التنظيمية الخضراء	0.812
الهوية التنظيمية الخضراء	0.758
السمعة التنظيمية الخضراء	0.793

البيانات الديموغرافية والوظيفية الدراسة

جدول رقم (3): البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية
الجنس		
ذكر	412	62%
أنثى	253	38%
العمر		
أقل من 25 سنة	56	8.4%
25 إلى 34 سنة	194	29.2%
35 إلى 44 سنة	241	36.2%
45 إلى 54 سنة	142	21.4%
55 سنة فأكثر	32	4.8%
المستوي التعليمي		
متوسط	134	20.2%
بكالوريوس	489	73.5%
دراسات عليا	42	6.3%
عدد سنوات الخبرة		
أقل من 7 سنوات	103	15.5%
7 إلى 13 سنة	277	41.7%
14 إلى 19 سنة	223	33.5%
20 سنة فأكثر	62	9.3%
المجموع	665	100%

تبرز النتائج أن ما يزيد عن نصف العينة كانوا ذكوراً بنسبة 62% (412 فرد)، بينما مثلت الإناث 38% (253 فرد) من إجمالي العينة. كما تبين نتائج العمر أن هناك 36.2% من أفراد العينة (241 فرد) تتراوح أعمارهم ما بين 35 إلى 44 سنة، و29.2% (194 فرد) ما بين 25 إلى 34 سنة، و21.4% (142 فرد) ما بين 45 إلى 54 سنة، و8.4% (56 فرد) أقل من 25 سنة، بجانب 4.8% (32 فرد) 55 سنة فأكثر. بالإضافة إلى ذلك؛ تبين النتائج أن ما يزيد عن ثلثي العينة حاصلين على بكالوريوس بنسبة 73.5% (489 فرد) من إجمالي العينة، بينما هناك 20.2% (134 فرد) حاصلين على مؤهل متوسط، و6.3% (42) حاصلين على مؤهل دراسات عليا. أخيراً تبرز النتائج أن 41.7% (277 فرد) من إجمالي العينة لديهم سنوات خبرة تتراوح ما بين 7 إلى 13 سنة، و33.5% (223 فرد) ما بين 14 إلى 19 سنة، و15.5% (103 فرد) أقل من 7 سنوات، ثم 9.3% (62 فرد) 20 سنة فأكثر.

درجة تبني الثقافة التنظيمية الخضراء

جدول رقم (4): درجة تبني الثقافة التنظيمية الخضراء

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة تبني الثقافة التنظيمية الخضراء
4	0.856	2.89	يعتبر البعد البيئي من الأولويات التنظيمية
1	0.741	3.67	تتضمن بيانات الرؤية والرسالة تحسين البيئة
3	0.757	3.01	توضح الإدارة العليا معلومات وقيم الإدارة البيئية في كافة أقسام الفندق/الشركة
5	0.862	2.57	تقوم الإدارة العليا بتطوير نظام العقوبة لعدم الامتثال لمبادئ الإدارة البيئية
2	0.901	3.12	تدعم الإدارة العليا الأنشطة والممارسات البيئية
	0.703	3.05	درجة تبني الثقافة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة (أ)

يوضح جدول رقم (4) استجابات أفراد العينة من العاملين في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) على عبارات متغير الثقافة التنظيمية الخضراء. يتبين من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة تبني الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) للثقافة التنظيمية الخضراء بلغ 3.05، والانحراف المعياري بلغ 0.703، وهو ما يعني أن درجة تبني الثقافة التنظيمية الخضراء في تلك الفنادق والشركات كانت متوسطة. كما يبرز الجدول أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المتغير تراوحت ما بين 2.57 و 3.67. كانت العبارة رقم (2) التي تشير إلى "تتضمن بيانات الرؤية والرسالة تحسين البيئة" الأعلى بتوسط حسابي بلغ 3.67 وانحراف معياري بلغ 0.741، فيما جاءت العبارة رقم (4) التي تشير إلى "تقوم الإدارة العليا بتطوير نظام العقوبة لعدم الامتثال لمبادئ الإدارة البيئية" كأقل العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.57 وانحراف معياري بلغ 0.862.

درجة تبني الهوية التنظيمية الخضراء

جدول رقم (5): درجة تبني الهوية التنظيمية الخضراء

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة تبني الهوية التنظيمية الخضراء
1	0.752	3.52	يمتلك العاملون في الفندق/الشركة إحساس قوي بتاريخ الفندق/الشركة حول الحفاظ على البيئة
4	0.714	3.03	يدرك العاملون في الفندق/الشركة الأهداف والمهام البيئية المحددة
2	0.954	3.20	يشعر العاملون بالفندق/الشركة بالاعتزاز والفخر بالأهداف والمهام البيئية للفندق/الشركة
6	0.830	2.85	يشعر العاملون أن الفندق/الشركة احتلوا مكانة مهمة في مجال حماية وإدارة البيئة
5	0.777	3.01	جميع العاملين بالفندق/الشركة على دراسة بالتقاليد والثقافات البيئية للفندق/الشركة
3	0.839	3.14	تتكامل جهود العاملين مع إجراءات الفندق/الشركة فيما يتعلق بحماية وإدارة البيئة.
	0.801	3.13	درجة تبني الهوية التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة (أ)

يوضح جدول رقم (5) استجابات أفراد العينة من العاملين في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) على عبارات متغير الهوية التنظيمية الخضراء. يتبين من الجدول أن المتوسط الحسابي لدرجة تبني الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) للهوية التنظيمية الخضراء بلغ 3.13، والانحراف المعياري بلغ 0.801، وهو ما يعني أن درجة تبني الهوية التنظيمية الخضراء في تلك الفنادق والشركات كانت متوسطة. كما يبرز الجدول أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المتغير تراوحت ما بين 3.52 و 2.85. كانت العبارة رقم (1) التي تشير إلى "يمتلك العاملون في الفندق/الشركة إحساس قوي بتاريخ الفندق/الشركة حول الحفاظ على البيئة" الأعلى بتوسط حسابي بلغ 3.52 وانحراف معياري بلغ 0.752، فيما جاءت العبارة رقم (4) التي تشير إلى "يشعر العاملون أن الفندق/الشركة احتلوا مكانة مهمة في مجال حماية وإدارة البيئة" كأقل العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.85 وانحراف معياري بلغ 0.830.

مستوي السمعة التنظيمية الخضراء

جدول رقم (6): مستوي السمعة التنظيمية الخضراء

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مستوي السمعة التنظيمية الخضراء
2	0.854	3.20	يهتم الفندق/الشركة بتحسين الصورة من وجهة نظر الموردين في مجال الحفاظ على البيئة
3	0.882	3.12	تحرص الفندق/الشركة على تحسين الصورة من وجهة نظر العملاء
1	0.714	3.24	تعتبر سمعة الفندق/الشركة البيئية أفضل معيار للالتزامات البيئية
4	0.912	3.01	لدي الفندق/الشركة خبرة في مجال الاهتمام بالبيئة
5	0.796	2.98	يتميز الفندق/الشركة بالموثوقية من قبل العملاء المهتمين بالبيئة
	0.753	3.11	مستوي السمعة التنظيمية الخضراء

يوضح جدول رقم (6) استجابات أفراد العينة من العاملين في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) على عبارات متغير السمعة التنظيمية الخضراء. يتبين من الجدول أن المتوسط الحسابي لمستوي السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) بلغ 3.11، والانحراف المعياري بلغ 0.753، وهو ما يعني أن مستوي السمعة التنظيمية الخضراء في تلك الفنادق والشركات كان متوسطاً. كما يبرز الجدول أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المتغير تراوحت ما بين 3.24 و 2.98. كانت العبارة رقم (3) التي تشير إلى "تعتبر سمعة الفندق/الشركة البيئية أفضل معيار للالتزامات البيئية" الأعلى بتوسط حسابي بلغ 3.24 وانحراف معياري بلغ 0.714، فيما جاءت العبارة رقم (5) التي تشير إلى "يتميز الفندق/الشركة بالموثوقية من قبل العملاء المهتمين بالبيئة" كأقل العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.98 وانحراف معياري بلغ 0.796.

نتائج اختبار معامل الارتباط والانحدار البسيط

أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء.

لاختبار تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ)؛ تم إجراء اختبار معامل الارتباط وتحليل الانحدار البسيط. يبين الجدول التالي وجود علاقة ارتباط معنوية وإيجابية بين الثقافة التنظيمية الخضراء والهوية التنظيمية الخضراء، حيث بلغت قيمة المعنوية 0.000 (أقل من 0.05)، كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.571 (ارتباط طردي متوسط). كذلك يبرز الجدول وجود تأثير معنوي وإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء، حيث أوضحت النتائج أن قيمة (ف) بلغت 308.249 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وكانت قيمة (ت) أكبر من 1.96 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وهو ما يؤكد التأثير المعنوي والإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء في الهوية التنظيمية الخضراء. بلغت قيمة معامل التحديد 0.381، وهو ما يعني أن الثقافة التنظيمية الخضراء تساهم في تعزيز تبني الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) للهوية التنظيمية الخضراء بنسبة 38.1%.

جدول رقم (7) أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء

المتغير	Coefficients	ت	مستوي المعنوية	قيمة الارتباط	معامل التحديد	ف	مستوي المعنوية
ثابت الانحدار	0.840	4.956	0.000	0.571	0.381	308.249	0.000
الثقافة التنظيمية الخضراء	0.582	20.205	0.000				

أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء.

لاختبار تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ)؛ تم إجراء اختبار معامل الارتباط وتحليل الانحدار البسيط. يبرز الجدول التالي وجود علاقة ارتباط معنوية وإيجابية بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء، حيث بلغت قيمة المعنوية 0.000 (أقل من 0.05)، كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.593 (ارتباط طردي متوسط). كما يتضح من الجدول وجود تأثير معنوي وإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء، حيث أوضحت النتائج أن قيمة (ف) بلغت 363.287 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وكانت قيمة (ت) أكبر من 1.96 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وهو ما يؤكد التأثير المعنوي والإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء. بلغت قيمة معامل التحديد 0.392، وهو ما يعني أن الثقافة التنظيمية الخضراء تساهم في تحسين السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) بنسبة 39.2%.

جدول رقم (8) أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء

المتغير	Coefficients	ت	مستوي المعنوية	قيمة الارتباط	معامل التحديد	ف	مستوي المعنوية
ثابت الانحدار	0.762	3.831	0.000	0.593	0.392	363.287	0.000
الثقافة التنظيمية الخضراء	0.436	11.504	0.000				

أثر الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء.

لاختبار تأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ)؛ تم إجراء اختبار معامل الارتباط وتحليل الانحدار البسيط. يبرز الجدول التالي وجود علاقة ارتباط معنوية وإيجابية بين الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء، حيث بلغت قيمة المعنوية 0.000 (أقل من 0.05)، كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.613 (ارتباط طردي متوسط). كذلك يبرز الجدول وجود تأثير معنوي وإيجابي للهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء، حيث أوضحت النتائج أن قيمة (ف) بلغت 409.864 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وكانت قيمة (ت) أكبر من 1.96 بمستوي معنوية 0.000 (أقل من 0.05)، وهو ما يؤكد التأثير المعنوي والإيجابي للهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء. بلغت قيمة معامل التحديد 0.421، وهو ما يعني أن الهوية التنظيمية الخضراء تساهم في تعزيز السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) بنسبة 42.1%.

جدول رقم (9) أثر الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء

المتغير	Coefficients	ت	مستوي المعنوية	قيمة الارتباط	معامل التحديد	ف	مستوي المعنوية
ثابت الانحدار	0.881	5.364	0.000	0.613	0.421	409.864	0.000
الهوية التنظيمية الخضراء	0.531	14.897	0.000				

نتائج اختبار تحليل الانحدار الهيكلي:

تم استخدام تحليل الانحدار الهيكلي لفحص الدور المعدل للهوية التنظيمية الخضراء في العلاقة بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ).

جدول رقم (10) نتائج اختبار الانحدار المتعدد الهيكلي

الأنموذج الثاني			الأنموذج الأول			المتغيرات المستقلة	المتغير التابع
Sig.	T المحسوبة	β	Sig.	T المحسوبة	β		
		-	0.000	3.831	0.762	الثقافة التنظيمية الخضراء	السمعة التنظيمية الخضراء
0.000	12.074	0.965		-		الثقافة التنظيمية الخضراء X السمعة التنظيمية الخضراء	
	0.727			0.593		معامل الارتباط	
	0.553			0.392		معامل التحديد	
	0.539			0.387		معامل التحديد المصحح	
	196.765			363.287		ف	
	0.000			0.000		المعنوية	

يبرز جدول رقم (10) نتائج اختبار الانحدار المتعدد الهيكلي القائم على نموذجين، وقد أبرزت النتائج الخاصة بالنموذج الأول (أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء) أن قيمة معامل الارتباط بلغت 593، مما يدل على وجود علاقة معنوية وإيجابية بين الثقافة التنظيمية والسمعة التنظيمية. كما تبين نتائج النموذج الأول وجود أثر معنوي وإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء (ف= 363.287؛ مستوي المعنوية= 0.000)، وبلغت قيمة معامل التحديد 0.392، وهوما يعني أن 39.2% من التغيرات في السمعة التنظيمية الخضراء ناتج عن التغير في الثقافة التنظيمية الخضراء. كذلك تبرز النتائج أن قيمة (β) بلغت 0.762، وهذا يعني أن زيادة درجة واحدة في الثقافة التنظيمية الخضراء يؤدي إلى زيادة في السمعة التنظيمية الخضراء بقيمة 0.762، وهو ما يعبر عن أن الثقافة التنظيمية الخضراء تفسر 76.2% من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية الخضراء. أما بالنسبة للنموذج الثاني (أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في وجود الهوية التنظيمية الخضراء كمتغير معدل)؛ تم إدراج المتغير المعدل (الهوية التنظيمية الخضراء) لنموذج الانحدار. تبين النتائج زيادة قيمة معامل الارتباط لتصبح 0.727، وكذلك زيادة معامل التحديد حيث ازدادت قيمة معامل الارتباط لتصبح 708، وكذلك قيمة معامل التحديد التي بلغت 0.553 بزيادة قدرها 16.1%، وهي ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة (ف) في النموذج الثاني 196.765، وبلغ مستوي المعنوية 0.000 (أقل من 0.05). كذلك بلغت قيمة (β) بعد إدخال المتغير المعدل 0.965، وبلغت قيمة (ت) المحسوبة 12.074، وبلغ مستوي المعنوية 0.000 (أقل من 0.05). وهذا يؤكد الدور المعدل للهوية التنظيمية الخضراء في تعزيز تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ).

نتائج اختبار أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للخصائص الديموغرافية:

أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء

جدول رقم (11): أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً للخصائص الديموغرافية

المتغيرات	قيمة التأثير	المعنوية
الجهة		
فندق	0.452	0.000
شركة سياحة	0.301	0.000
الجنس		
ذكر	0.511	0.000

0.000	0.289	أنثى
		العمر
0.000	0.241	أقل من 25 سنة
0.000	0.300	25 إلى 34 سنة
0.000	0.271	35 إلى 44 سنة
0.000	0.302	45 إلى 54 سنة
0.000	0.499	55 سنة فأكثر
		المستوي التعليمي
0.000	0.254	متوسط
0.000	0.291	بكالوريوس
0.000	0.422	دراسات عليا
		عدد سنوات الخبرة
0.000	0.362	أقل من 7 سنوات
0.000	0.381	7 إلى 13 سنة
0.000	0.502	14 إلى 19 سنة
0.000	0.375	20 سنة فأكثر

يبرز جدول رقم (11) النتائج التالية:

بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً للجهة؛ تبين النتائج أن التأثير كان أعلى في الفنادق، حيث بلغت قيمة التأثير (0.452)، بينما كانت قيمة التأثير في شركات السياحة (0.301)، مما يدل على أن الثقافة التنظيمية الخضراء تعزز من الهوية التنظيمية الخضراء بنسبة 45.2% في الفنادق الخمس نجوم، وبنسبة 30.1% في شركات السياحة فئة (أ). بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً للنوع؛ تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى عند الذكور، حيث بلغت قيمة التأثير (0.511)، فيما بلغت قيمة التأثير عند الإناث (0.289). بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً للعمر؛ تبين النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الفئة العمرية (55 سنة فأكثر) بنسبة 49.9%، يليه التأثير لدى الفئة العمرية (45 إلى 54 سنة) بنسبة 30.2%، ثم الفئة العمرية (25 إلى 34 سنة) بنسبة 30%، ثم الفئة العمرية (35 إلى 44 سنة) بنسبة 27.1%، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة 24.1%. بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً للمستوي التعليمي؛ توضح النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الحاصلين على مؤهلات دراسات عليا بنسبة 42.2%، يليهم الحاصلين على مؤهل بكالوريوس بنسبة 29.1%، وأخيراً الحاصلين على مؤهلات متوسطة بنسبة 25.4%. بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء وفقاً لعدد سنوات الخبرة، تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الأفراد الذين لديهم سنوات خبرة (14 إلى 19 سنة) بنسبة 50.2%، يليهم من لديهم سنوات خبرة (7 إلى 13 سنة) بنسبة 38.1%، ثم من لديهم سنوات خبرة (20 سنة فأكثر) بنسبة 37.5%، وأخيراً من لديهم سنوات خبرة (أقل من 7 سنوات) بنسبة 36.2%.

أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء

جدول رقم (12): أثر الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للخصائص الديموغرافية

المتغيرات	قيمة التأثير	المعنوية
الجهة		
فندق	0.482	0.000
شركة سياحة	0.321	0.000
الجنس		
ذكر	0.452	0.000
أنثى	0.333	0.000
العمر		

أقل من 25 سنة	0.238	0.000
25 إلى 34 سنة	0.396	0.000
35 إلى 44 سنة	0.284	0.000
45 إلى 54 سنة	0.466	0.000
55 سنة فأكثر	0.389	0.000
المستوي التعليمي		
متوسط	0.311	0.000
بكالوريوس	0.612	0.000
دراسات عليا	0.437	0.000
عدد سنوات الخبرة		
أقل من 7 سنوات	0.321	0.000
7 إلى 13 سنة	0.532	0.000
14 إلى 19 سنة	0.489	0.000
20 سنة فأكثر	0.611	0.000

يبين جدول رقم (12) النتائج التالية:

بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للجهة؛ تبين النتائج أن التأثير كان أعلى في الفنادق، حيث بلغت قيمة التأثير (0.482)، بينما كانت قيمة التأثير في شركات السياحة (0.321)، مما يدل على أن الثقافة التنظيمية الخضراء تعزز من السمعة التنظيمية الخضراء بنسبة 48.2% في الفنادق الخمس نجوم، وبنسبة 32.1% في شركات السياحة فئة (أ). بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للنوع؛ تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى عند الذكور، حيث بلغت قيمة التأثير (0.452)، فيما بلغت قيمة التأثير عند الإناث (0.333). بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للعمر؛ تبين النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الفئة العمرية (45 إلى 54 سنة) بنسبة 46.6%، يليه التأثير لدى الفئة العمرية (25 إلى 34 سنة) بنسبة 39.6%، ثم الفئة العمرية (55 سنة فأكثر) بنسبة 38.9%، ثم الفئة العمرية (35 إلى 44 سنة) بنسبة 28.4%، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة 23.8%. بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للمستوي التعليمي؛ توضح النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الحاصلين على مؤهل بكالوريوس بنسبة 61.2%، يليهم الحاصلين على مؤهل دراسات عليا بنسبة 43.7%، وأخيراً الحاصلين على مؤهلات متوسطة بنسبة 31.1%. بالنسبة لتأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً لعدد سنوات الخبرة، تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الأفراد الذين لديهم سنوات خبرة (20 سنة فأكثر) بنسبة 61.1%، يليهم من لديهم سنوات خبرة (7 إلى 13 سنة) بنسبة 53.2%، ثم من لديهم سنوات خبرة (14 إلى 19 سنة) بنسبة 48.9%، وأخيراً من لديهم سنوات خبرة (أقل من 7 سنوات) بنسبة 32.1%.

أثر الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء

جدول رقم (13): أثر الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للخصائص الديموغرافية

المتغيرات	قيمة التأثير	المعنوية
الجهة		
فندق	0.684	0.000
شركة سياحة	0.371	0.000
الجنس		
ذكر	0.362	0.000
أنثى	0.576	0.000
العمر		
أقل من 25 سنة	0.362	0.000

25 إلى 34 سنة	0.582	0.000
35 إلى 44 سنة	0.432	0.000
45 إلى 54 سنة	0.691	0.000
55 سنة فأكثر	0.573	0.000
المستوي التعليمي		
متوسط	0.352	0.000
بكالوريوس	0.681	0.000
دراسات عليا	0.401	0.000
عدد سنوات الخبرة		
أقل من 7 سنوات	0.359	0.000
7 إلى 13 سنة	0.586	0.000
14 إلى 19 سنة	0.577	0.000
20 سنة فأكثر	0.491	0.000

يوضح جدول رقم (13) النتائج التالية:

بالنسبة لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للجهة؛ تبين النتائج أن التأثير كان أعلى في الفنادق، حيث بلغت قيمة التأثير (0.684)، بينما كانت قيمة التأثير في شركات السياحة (0.371)، مما يدل على أن الهوية التنظيمية الخضراء تعزز من السمعة التنظيمية الخضراء بنسبة 68.4% في الفنادق الخمس نجوم وبنسبة 37.1% في شركات السياحة فئة (أ). بالنسبة لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للنوع؛ تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى عند الإناث، حيث بلغت قيمة التأثير (0.587)، فيما بلغت قيمة التأثير عند الذكور (0.362). بالنسبة لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للعمر؛ تبين النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الفئة العمرية (45 إلى 54 سنة) بنسبة 469.1%، يليه التأثير لدى الفئة العمرية (25 إلى 34 سنة) بنسبة 58.2%، ثم الفئة العمرية (55 سنة فأكثر) بنسبة 57.3%، ثم الفئة العمرية (35 إلى 44 سنة) بنسبة 43.2%، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة 36.2%. بالنسبة لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً للمستوي التعليمي؛ توضح النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الحاصلين على مؤهل بكالوريوس بنسبة 68.1%، يليهم الحاصلين على مؤهلات دراسات عليا بنسبة 40.1%، وأخيراً الحاصلين على مؤهلات متوسطة بنسبة 35.2%. بالنسبة لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء وفقاً لعدد سنوات الخبرة، تبرز النتائج أن التأثير كان الأعلى لدى الأفراد الذين لديهم سنوات خبرة (7 إلى 13 سنة) بنسبة 58.6%، يليهم من لديهم سنوات خبرة (14 إلى 19 سنة) بنسبة 57.7%، ثم من لديهم سنوات خبرة (20 سنة فأكثر) بنسبة 49.1%، وأخيراً من لديهم سنوات خبرة (أقل من 7 سنوات) بنسبة 35.9%.

النتائج والتوصيات

تتبنى الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) الثقافة التنظيمية الخضراء الداعمة للإدارة البيئية، وحماية البيئة، والأنشطة والممارسات البيئية بدرجة متوسطة. كما تتبنى الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) الهوية التنظيمية الخضراء بنفس الدرجة. كذلك تمتلك الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) سمعة تنظيمية خضراء بدرجة متوسطة أيضاً. ترتبط الثقافة التنظيمية الخضراء معنوياً وطردياً مع كل من الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء. كما أن هناك أثر معنوي وإيجابي للثقافة التنظيمية الخضراء على تعزيز الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). هناك علاقة ارتباط معنوية وإيجابية بين الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء، بجانب التأثير المعنوي والإيجابي للهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء للفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). تساهم الهوية التنظيمية الخضراء كمتغير معدل في زيادة تأثير الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ). تؤثر الثقافة التنظيمية الخضراء على الهوية التنظيمية الخضراء والسمعة التنظيمية الخضراء في الفنادق الخمس نجوم أكثر من تأثيرها في شركات السياحة فئة (أ). ونفس الحال في تأثير الهوية التنظيمية الخضراء على السمعة التنظيمية الخضراء.

التوصيات

- ينبغي على إدارة الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) تعزيز شعور العاملين بالفخر بهويتهم الخضراء، وإلهام الموظفين بخططهم البيئية، وتشجيعهم على الابتكار الأخضر سواء في الأنشطة والمهام أو في الخدمات والمنتجات.
- هناك حاجة لتبني ثقافة مشجعة ومحفزة للعاملين للتفكير الأخضر من خلال طرحهم للأفكار والمقترحات الخضراء فيما يتعلق بتقديم خدمات صديقة للبيئة تعزز من سمعتها الخضراء. كما ينبغي أن تساهم تلك الثقافة في إقناع العاملين بأهمية تنفيذ الأهداف والمبادرات البيئية، واستخدام مواد صديقة للبيئة، والاستهلاك الرشيد للموارد المختلفة.
- ينبغي على إدارة الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) التأكيد باستمرار على تنفيذ ممارسات صديقة للبيئة، والحد من التأثيرات السلبية للأنشطة على البيئة، وتشجيع العاملين على تبني قيم واتجاهات وسلوكيات داخل وخارج مكان العمل.
- هناك حاجة لتشجيع العاملين على التعلم البيئي من خلالهم منحهم الحرية لتنفيذ مهامهم بطرق مبتكرة تحافظ على البيئة، وكذلك إشراكهم في وضع الأهداف البيئية، ومناقشتهم فيها، لضمان التزامهم بتنفيذها.
- ينبغي على إدارة الفنادق الخمس نجوم وشركات السياحة فئة (أ) زيادة الاستثمار في تنمية وتعزيز رأس المال البشري الأخضر من خلال توفير برامج تدريبية خضراء تكسب العاملين المهارات والمعارف الخضراء التي تمكنهم من التطبيق الناجح للأهداف والمبادرات الخضراء.

المراجع

- إسماعيل، عمار وطه، مني (2020) دور الابتكار الأخضر كمتغير وسيط في العلاقة بين الهوية التنظيمية الخضراء والسلوكيات الخضراء للعاملين: دراسة تطبيقية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، (2)7، 46-1.
- البطران، شيماء ومشهور، نهلة والشناوي، سماح. (2022). أثر تطبيق إدارة الموارد البشرية الخضراء على تنمية السياحة الخضراء في وجود الرشاقة التنظيمية (كمتغير وسيط) دراسة تطبيقية على العاملين بشركات السياحة المصرية فئة (أ). مجلة البحوث المالية والتجارية، (23)4، 142-88.
- الرميدي، بسام وإبراهيم، أسماء. (2023). الدور الوسيط للسمعة الخضراء في العلاقة بين إدارة الموارد البشرية الخضراء واستدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة المصرية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، (2)24، 40-63.
- حاجم، ياسر واسماعيل، سيف وسلطان، ريم. (٢٠٢١). دور إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز المزايا التنافسية: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية في سامراء. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، (١)١٣، ١٩-٣٦.
- خزعل، بصير. (2018). تأثير أبعاد اتجاهات العاملين في الثقافة التنظيمية الخضراء: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في شركة الكرونجي في محافظة كركوك. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، (2)42، 125-142.
- شحاتة، علي. (2021). الآثار المحتملة لتوجه الفنادق المصرية الخضراء بالتسويق المستدام على الأداء التسويقي. مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة المنصورة، (10)10، 47-1.
- محمد، أسماء والنجار، أحمد وشعيب، محمد. (٢٠٢١). دراسة العلاقة بين الثقافة التنظيمية الخضراء والسلوكيات الخضراء للعاملين في شركات السياحة المصرية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، (٣)١٥، ١-٢٠.
- Abu Mahadi, F. (2018). The reality of applying green human resource management practices in the Palestinian government hospitals in the Gaza Strip and their impact on environmental performance. (Published Master Thesis), The Islamic University of Gaza, Palestine.
- Afum, E., Agyabeng-Mensah, Y., & Owusu, J. A. (2020). Translating environmental management practices into improved environmental performance via green organizational culture: Insight from Ghanaian manufacturing SMEs. *Journal of Supply Chain Management Systems*, 9(1), 31-49.

- Aggarwal, P., & Agarwala, T. (2021). Green organizational culture: An exploration of dimensions. *Global Business Review*, 1-24.
- Aggarwal, P., & Agarwala, T. (2022). Relationship of green human resource management with environmental performance: Mediating effect of green organizational culture. *Benchmarking: An International Journal*, (ahead-of-print).
- Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., & Baah, C. (2022). Green corporate reputation and innovation: The role of non-supply chain learning and green supply chain knowledge. *International Journal of Emerging Markets*. DOI 10.1108/IJOEM-08-2021-1277
- Al-Swidi, A. K., Gelaidan, H. M., & Saleh, R. M. (2021). The joint impact of green human resource management, leadership and organizational culture on employees' green behaviour and organisational environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 316, 128112.
- Al-Zu'bi, H., & Albloush, A. (2022). The impact of green organizational identity on green innovation at Jordanian food and beverage companies. *Problems and Perspectives in Management*, 20(2), 302–310.
- Ansong, A., & Agyemang, O. S. (2016). Firm reputation and financial performance of SMEs: The Ghanaian perspective. *EuroMed Journal of Management*, 1(3), 237-251.
- Asadi, S., Pourhashemi, S. O., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., ... & Razali, N. S. (2020). Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120860.
- Assaf, A. G., Josiassen, A., & Cvelbar, L. K. (2012). Does triple bottom line reporting improve hotel performance? *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 596-600.
- Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., Faibil, D., & Abdoulaye, F. A. M. (2021). Examining the correlations between stakeholder pressures, green production practices, firm reputation, environmental and financial performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 100-114.
- Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Issau, K., & Abdoulaye, F. A. M. (2020). Understanding the influence of environmental production practices on firm performance: A proactive versus reactive approach. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(2), 266-289.
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate reputation review*, 9(1), 26-38.
- Bebbington, J., Larrinaga, C., & Moneva, J. M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(3), 337-361.
- Brammer, S. J., & Pavelin, S. (2006). Corporate reputation and social performance: The importance of fit. *Journal of Management Studies*, 43(3), 435-455.
- Chang, C. H. (2015). Proactive and reactive corporate social responsibility: Antecedent and consequence. *Management Decision*, 53(2), 451–468.
- Chang, C. H., & Chen, Y. S. (2013). Green organizational identity and green innovation. *Management Decision*, 51(5), 1056-1070.
- Chang, C. L. H., & Lin, T. C. (2015). The role of organizational culture in the knowledge management process. *Journal of Knowledge Management*, 19(3), 433–455.
- Chang, T. W., & Hung, C. Z. (2021). How to shape the employees' organization sustainable green knowledge sharing: Cross-level effect of green organizational identity effect on green management behavior and performance of members. *Sustainability*, 13(2), 626-644.

- Chang, T. W., Chen, F. F., Luan, H. D., & Chen, Y. S. (2019). Effect of green organizational identity, green shared vision, and organizational citizenship behavior for the environment on green product development performance. *Sustainability*, 11(3), 1-17.
- Chen, W. J. (2011). Innovation in hotel services: Culture and personality. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 64-72.
- Chen, Y. S. (2011). Green organizational identity: Sources and consequences. *Management Decision*, 49(3), 384-404.
- Chen, Y. S., Lin, S. H., Lin, C. Y., Hung, S. T., Chang, C. W., & Huang, C. W. (2020). Improving green product development performance from green vision and organizational culture perspectives. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 222-231.
- Chen, Y., Gao, L., & Zhang, Y. (2022). The impact of green organizational identity on green competitive advantage: The role of green ambidexterity innovation and organizational flexibility. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, 1-18.
- Dangelico, R. M. (2015). Improving firm environmental performance and reputation: The role of employee green teams. *Business Strategy and the Environment*, 24(8), 735-749.
- De Roeck, K., & Farooq, O. (2018). Corporate social responsibility and ethical leadership: Investigating their interactive effect on employees' socially responsible behaviors. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 923-939.
- Dinarjito, A., & Ahmar, N. (2023). Is green organizational identity related to sustainability performance? A scooping review. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(2), 463-476.
- Fonseca, A., Macdonald, A., Dandy, E., & Valenti, P. (2011). The state of sustainability reporting at Canadian universities. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 12(1), 22-40.
- García-Machado, J. J., & Martínez-Ávila, M. (2019). Environmental performance and green culture: The mediating effect of green innovation. An application to the automotive industry. *Sustainability*, 11(18), 4874.
- Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 24-30.
- Gürlek, M., & Koseoglu, M. A. (2021). Green innovation research in the field of hospitality and tourism: The construct, antecedents, consequences, and future outlook. *The Service Industries Journal*, 41(11-12), 734-766.
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation. *The service industries journal*, 38(7-8), 467-491.
- Hadjri, M. I., Perizade, B., Zunaidah, Z., & Farla, W. (2019). Green human resource management, green organizational culture, and environmental performance: An empirical study. In *International Conference on Organizational Innovation (ICOI)* (Vol. 100, pp. 138-143). Atlantis Press.
- Harris, L. C., & Crane, A. (2002). The greening of organizational culture: Management views on the depth, degree and diffusion of change. *Journal of Organizational Change Management*, 15(3), 214-234.
- Hasseldine, J., Salama, A. I., & Toms, J. S. (2005). Quantity versus quality: The impact of environmental disclosures on the reputations of UK Plcs. *The British Accounting Review*, 37(2), 231-248.

- Höflinger, P. J., Nagel, C., & Sandner, P. (2018). Reputation for technological innovation: Does it actually cohere with innovative activity? *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 26-39.
- Huang, C. L., & Kung, F. H. (2011). Environmental consciousness and intellectual capital management: Evidence from Taiwan's manufacturing industry. *Management Decision*, 49(9), 1405-1425.
- Imran, M., & Jingzu, G. (2022). Green organizational culture, organizational performance, green innovation, environmental performance: A mediation-moderation model. *Journal of Asia-Pacific Business*, 23(2), 161-182.
- Khairy, H. A., Mahmoud, R. H., & Hashad, M. E. (2023). The effect of green dynamic capabilities on environmental management performance in certified green star hotels: Mediating role of environmental organizational culture. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 7(2/1), 1-20.
- Küçükoğlu, M. T., & Pinar, R. İ. (2018). The mediating role of green organizational culture between sustainability and green Innovation: A research in Turkish companies. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6, 64-85.
- Leonidou, L. C., Fotiadis, T. A., Christodoulides, P., Spyropoulou, S., & Katsikeas, C. S. (2015). Environmentally friendly export business strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance. *International Business Review*, 24(5), 798-811.
- Li, H., Jin, H., Hua, Y., Kong, C., & Lin, L. (2011). Green research based on cultural three-hierarchy theory. *Journal of Sustainable Development*, 4(3), 196–198.
- Linnenluecke, M. K., & Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of World Business*, 45(4), 357-366.
- Liu, T., Xing, X., Song, Y., Zhu, Y., & Zhu, Y. (2022). Green organizational identity and sustainable innovation in the relationship between environmental regulation and business sustainability: Evidence from China's manufacturers. *Journal of General Management*, 47(4), 213-232.
- Liu, X., & Lin, K. L. (2020). Green organizational culture, corporate social responsibility implementation, and food safety. *Frontiers in Psychology*, 11, 585435.
- Liu, Z., Mei, S., & Guo, Y. (2021). Green human resource management, green organization identity and organizational citizenship behavior for the environment: The moderating effect of environmental values. *Chinese Management Studies*, 15(2), 290-304.
- Love, E. G., & Kraatz, M. (2009). Character, conformity, or the bottom line? How and why downsizing affected corporate reputation. *Academy of management Journal*, 52(2), 314-335.
- Ma, X., Bashir, H., & Ayub, A. (2023). Cultivating green workforce: The roles of green shared vision and green organizational identity. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-13.
- Martín-de Castro, G., Amores-Salvadó, J., Navas-López, J. E., & Balarezo-Núñez, R. M. (2020). Corporate environmental reputation: Exploring its definitional landscape. *Business Ethics: A European Review*, 29(1), 130-142.
- Mesmer-Magnus, J. R., Asencio, R., Seely, P. W., & DeChurch, L. A. (2018). How organizational identity affects team functioning: The identity instrumentality hypothesis. *Journal of Management*, 44(4), 1530-1550.
- Mushtaq, S., Zubair, D. S. S., Khan, M., & Khurram, S. (2019). Mediating role of environmental commitment between green organizational identity and green innovation performance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 13(2), 385-408.

- Mushtaque, T., Tunio, M. N., Akbar, Z., & Jariko, M. (2021). Green organizational identity: Antecedents and consequences: An empirical study. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 2057-2070.
- Norton, T. A., Zacher, H., & Ashkanasy, N. M. (2015). Pro environmental organizational culture and climate. In J. Barling, & J. L. Robertson (Eds.), *The Psychology of Green Organizations* (pp. 322–348). Oxford University Press.
- Paillé, P., Boiral, O., & Chen, Y. (2013). Linking environmental management practices and organizational citizenship behaviour for the environment: A social exchange perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(18), 3552-3575.
- Paillé, P., Chen, Y., Boiral, O., & Jin, J. (2014). The impact of human resource management on environmental performance: An employee-level study. *Journal of Business Ethics*, 121, 451-466.
- Pereira, G., Jabbour, C., VW Borges de Oliveira, S., & Alves Teixeira, A. (2013). Greening the campus of a Brazilian university: Cultural challenges. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 15(1), 34-47.
- Pérez-Cornejo, C., de Quevedo-Puente, E., & Delgado-García, J. B. (2020). Reporting as a booster of the corporate social performance effect on corporate reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1252-1263.
- Pham, N. T., Phan, Q. P. T., Tučková, Z., Vo, N., & Nguyen, L. H. (2018). Enhancing the organizational citizenship behavior for the environment: The roles of green training and organizational culture. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 13(4), 1174-1189.
- Porter, T. H., Gallagher, V. C., & Lawong, D. (2016). The greening of organizational culture: Revisited fifteen years later. *American Journal of Business*, 31(4), 206-226.
- Qiu, L., Jie, X., Wang, Y., & Zhao, M. (2020). Green product innovation, green dynamic capability, and competitive advantage: Evidence from Chinese manufacturing enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 146-165.
- Quintana-García, C., Benavides-Chicón, C. G., & Marchante-Lara, M. (2021). Does a green supply chain improve corporate reputation? Empirical evidence from European manufacturing sectors. *Industrial Marketing Management*, 92, 344-353.
- Raka, T., Astawa, I., & Silaen, P. (2020). Green reputation of hotel improvement through green accounting and harmonious culture. *Quality - Access to Success*, 21 (174), 112-117.
- Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(3), 433-458.
- Roespinoedji, R., Saudi, M. H. M., Hardika, A. L., & Rashid, A. (2019). The effect of green organizational culture and green innovation in influencing competitive advantage and environmental performance. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(1), 278-286.
- Saha, A. K., Dunne, T., & Dixon, R. (2021). Carbon disclosure, performance and the green reputation of higher educational institutions in the UK. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 17(5), 604-632.
- Shim, D. C., & Faerman, S. (2017). Government employees' organizational citizenship behavior: The impacts of public service motivation, organizational identification, and subjective OCB norms. *International Public Management Journal*, 20(4), 531-559.

- Soewarno, N., Tjahjadi, B., & Fithrianti, F. (2019). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy. *Management Decision*, 57(11), 3061-3078.
- Song, M., Yang, M. X., Zeng, K. J., & Feng, W. (2020). Green knowledge sharing, stakeholder pressure, absorptive capacity, and green innovation: Evidence from Chinese manufacturing firms. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1517-1531.
- Song, W., & Yu, H. (2018). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green creativity and green organizational identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135-150.
- Song, W., Ren, S., & Yu, J. (2019). Bridging the gap between corporate social responsibility and new green product success: The role of green organizational identity. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 88-97.
- Sroufe, R., Liebowitz, J., Sivasubramaniam, N., & Donahue, J. F. (2010). Are you a leader or a laggard? HR's role in creating a sustainability culture. *People & Strategy*, 33(1), 34-42.
- Tahir, R., Athar, M. R., Faisal, F., & Solangi, B. (2019). Green organizational culture: A review of literature and future research agenda. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR (ACDMHR)*, 1(1), 23-38.
- Temminck, E., Mearns, K., & Fruhen, L. (2015). Motivating employees towards sustainable behavior. *Business Strategy and the Environment*, 24(6), 402-412.
- Toms, J. S. (2002). Firm resources, quality signals and the determinants of corporate environmental reputation: Some UK evidence. *The British accounting review*, 34(3), 257-282.
- Tseng, M. L., Tan, R. R., & Siriban-Manalang, A. B. (2013). Sustainable consumption and production for Asia: Sustainability through green design and practice. *Journal of Cleaner Production*, 40, 1-5.
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666-683.
- Xi, B., Wang, Y., & Yang, M. (2022). Green credit, green reputation, and corporate financial performance: Evidence from China. *Environmental Science and Pollution Research*, 29, 2401-2419.
- Yang, Z., Sun, J., Zhang, Y., & Wang, Y. (2017). Green, green, it's green: A triad model of technology, culture, and innovation for corporate sustainability. *Sustainability*, 9(8), 1369.
- Yeşiltaş, M., Gürlek, M., & Kenar, G. (2022). Organizational green culture and green employee behavior: Differences between green and non-green hotels. *Journal of Cleaner Production*, 343, 131051.
- Zhu, J., Tang, W., Wang, H., & Chen, Y. (2021). The influence of green human resource management on employee green behavior—a study on the mediating effect of environmental belief and green organizational identity. *Sustainability*, 13(8), 4544-4557.
- Zientara, P., & Zamojska, A. (2018). Green organizational climates and employee pro-environmental behaviour in the hotel industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1142-1159.

The Impact of Green Organizational Culture on the Green Organizational Reputation of Tourism and Hotel Establishments: The Moderating Role of Green Organizational Identity

Mohammed Ezzat Hashad ¹, Reda Mahmoud Abu Zeid ², Marwa Gamal Abou Raia ³

^{1,3} Hotel Management Department - Faculty of Tourism and Hotels - University of Sadat City

² Tourism Studies Department – Faculty of Tourism and Hotels – University of Sadat City

Abstract

The study aimed to assess the impact of green organizational culture on both green organizational identity and green organizational reputation ,as well as measure the impact of green organizational identity on green organizational reputation .The study also aimed to assess whether green organizational identity plays a modifying role in the relationship between green organizational culture and green organizational reputation in five-star hotels and tourism companies' category (A) .The study relied on the descriptive analytical approach as well as the questionnaire form to verify the objectives of the study .762 questionnaires were distributed to a sample of workers in five-star hotels and tourism companies' category (A) in Cairo Governorate while only 665 questionnaires were analyzed .The results of the study showed that there is a significant and positive impact of both the green organizational culture and the green organizational identity on the green organizational reputation in five-star hotels and tourism companies' category (A). The results showed that the green organizational culture has a moral and positive impact on the green organizational identity .Finally ,the results highlighted that green organizational identity plays a modified role in enhancing the impact of green organizational culture on the green organizational reputation of five-star hotels and tourism companies' category (A) .

Keywords: Green organizational culture, green organizational identity, green organizational reputation, five-star hotel, tourism companies, Cairo.