



جامعة المنصورة
كلية السياحة والفنادق

ممارسات التكنولوجيا الخضراء واثارها على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق الخمس نجوم من وجهة نظر المدراء

إعداد

أ.م.د/ محمد عبدالفتاح زهري
الاستاذ المساعد بقسم الدراسات الفندقية،
كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة

أ.د/ مجدي زكريا رشاد
أستاذ علوم الحاسب،
وعميد كلية الحاسبات والمعلومات،
جامعة المنصورة.

أ/ أشرف على عبدالهادي
باحث دكتوراه الدراسات الفندقية،
كلية السياحة والفنادق، جامعة
المنصورة

أ.م.د/ هشام عزت سعد
الاستاذ المساعد بقسم الدراسات
الفندقية، كلية السياحة والفنادق
جامعة الفيوم
وعميد المعهد العالي للسياحة والفنادق
بالغردقة

ممارسات التكنولوجيا الخضراء واثارها على تحقيق الجيزة التنافسية في الفنادق الخمس نجوم من
وجهة نظر المدراء

الملخص

يشهد العالم تطورا متسارعا فى مجال التكنولوجيا والاعتماد عليها كمصدر رئيس لإنجاز كافة الأعمال المتعلقة بصناعة الفنادق، واجهت المنشآت الفندقية فى الوقت الحالى تحديات كثيرة أبرزها المتعلقة بالبيئة المحيطة وكيفية الحفاظ عليها، حيث أصبح من الأهمية بمكان الاهتمام بها بالشكل الذى يبرز دور ممارسات التكنولوجيا الخضراء لتلك الفنادق لتحقيق واستدامة ميزتها التنافسية فى السوق المستهدف، وقد هدف البحث إلى قياس أثر تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء فى صناعة الفنادق على تحقيق الميزة التنافسية فى الفنادق فئة الخمس نجوم، واتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الكمي، واعتمدت على الاستبيان فى تجميع البيانات من عينة عشوائية من مدراء الفنادق فئة الخمس نجوم، ونوابهم ورؤساء الاقسام، وبلغ حجمها (٤٤١) مفردة، وتوصل البحث إلى وجود قصور فى تطبيق بعض الفنادق لممارسات التكنولوجيا الخضراء، مثل استخدام وسائل الانارة الذكية، وعدم المعالجة البيولوجية لإعادة استخدام المياه الرمادية، وتدوير المخلفات الصلبة، فضلا عن عدم تركيز الدورات التدريبية للعاملين على الوعى البيئي وتحقيق المسؤولية البيئية، وأوصى البحث بزيادة الوعى لدى القيادة الادارية باهمية تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء، لما لها من انعكاسات ايجابية على تحقيق الميزة التنافسية، واتباع المعايير الدولية للجودة البيئية، وتدريب العاملين على تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء فى صناعة الفنادق.

الكلمات الدالة: التكنولوجيا الخضراء – صناعة الفنادق – الميزة التنافسية

Abstract

The world is witnessing an accelerated development in the field of technology and relying on it as a main source for the completion of all work related to the hotel industry, hotel facilities at the present time faced many challenges, most notably related to the surrounding environment and how to preserve it, where it became important to pay attention to it in a way that highlights the role of green technology practices for these hotels To achieve and sustain its competitive advantage in the target market, the research

aimed to measure the impact of the application of green technology practices in the hotel industry on achieving competitive advantage in five-star hotels. The five-star hotels, and their deputies and heads of departments, and the size of (٤٤١) single ones, and the research found shortcomings in the application of green technology practices by some hotels, such as the use of smart lighting methods, the lack of biological treatment to reuse gray water, and the recycling of solid waste, as well as the lack of biological treatment for gray water reuse. Focusing training courses for employees on environmental awareness and achieving environmental responsibility, and the research recommended increasing awareness of This is the administrative leadership with the importance of applying green technology practices, because of their positive repercussions on achieving competitive advantage, following international standards for environmental quality, and training employees to apply green technology practices in the hotel industry.

Keywords: green technology - hotel industry - competitive advantage

المقدمة:

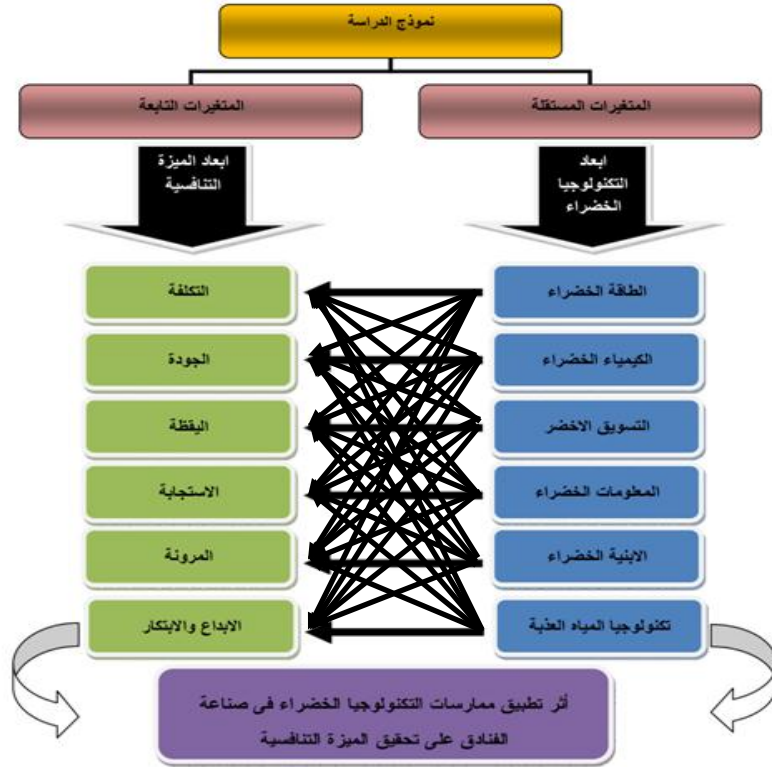
تسعى المنشآت الفندقية في العصر الحالي إلى إثبات وجودها، من خلال تقديم أفضل ما تستطيع من خدمات، بحيث تفوق هذه الخدمات توقعات السياح ومتطلباتهم، فتقديم الأفضل هو المفتاح الأساسي الذي تحقق من خلاله هذه المنشآت الفندقية الميزة التنافسية، والتفوق على منافسيها، وذلك لأن بيئة الأعمال الحالية أصبحت تتسم بالسرعة في التغيير، كما أن الأسلوب أو الطريقة المعتادة في أداء الأعمال باتت غير ملائمة لهذه البيئة (بظاظو، ٢٠١٨). ومن هنا أصبحت المنشآت الفندقية ملزمة بالبحث عن كل ما يمكن أن يحقق استراتيجياتها بمختلف الأساليب والطرق، مما يساعدها في تحقيق أعلى مستويات الأداء والتميز للوصول إلى رضا النزلاء، وقد ظهرت فلسفة الإدارة البيئية واستخدام مؤشراتها كأداة تحليلية منذ العشرين سنة الأخيرة، حيث بدأت سيطرة مصطلح الاستدامة البيئية، وأصبح هذا المصطلح أساساً للدلالة على نجاح الإدارة الحديثة، ولهذا فإن أي سياسات للتطوير يجب أن تتم في إطار التنمية المستدامة، ومن هذا المنطلق بدأت العديد من المنشآت الفندقية تتجه نحو مفهوم استدامة التكنولوجيا الخضراء، الذي يعني الحفاظ على البيئة من خلال التحول إلى مجتمع قليل في انبعاثات الكربون من خلال تطبيق مجموعة من ممارسات التكنولوجيا الخضراء للحد من انبعاثات الغازات الدفينة المسببة للاحتباس الحراري الناتجة عن القطاعات الأخرى (Skrbina, ٢٠١٥)، وعليه تركز موضوع البحث على اثر تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق فئة الخمس نجوم من وجهة نظر المدراء.

مشكلة البحث:

تواجه صناعة الفنادق بصفة عامة تحدياً على الصعيد العالمي في مجال استخدام التكنولوجيا الخضراء، وتطوير ممارساتها، كما تواجه الفنادق المصرية بصفة خاصة تحديات كبيرة في هذا المجال أبرزها توفير التكنولوجيا الحديثة التي تمكن من تطبيق مفاهيم التكنولوجيا الخضراء لتحقيق الميزة التنافسية التي تميزها عن غيرها من المنافسين، ولهذا تتمثل مشكلة البحث في الاجابة على التساؤلات التالية:

ما مدي تطبيق الفنادق فئة الخمس نجوم لممارسات التكنولوجيا الخضراء بإبعادها (الطاقة الخضراء، والكيمياء الخضراء، والتسويق الأخضر، وتكنولوجيا المعلومات الخضراء، والابنية الخضراء، وتكنولوجيا المياه العذبة)؟

ما اثر تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء بالفنادق الخمس نجوم على تحقيق الميزة التنافسية بابعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، والاستجابة، واليقظة، والابداع والابتكار)؟ ويمكن التعبير عن مشكلة البحث من خلال نموذج البحث الموضح في الشكل رقم (١).



أهمية البحث:

الاهمية العلمية: تتمثل في تناول احد أبرز المواضيع التي تهتم بها المنظمات المعاصرة و هو ممارسات التكنولوجيا الخضراء ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في أبرز القطاعات في مجال السياحة ألا وهو القطاع الفندقي.

الاهمية التطبيقية: تتمثل في محاولة قياس اثر تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء في الفنادق فئة الخمس نجوم بمصر على تحقيق الميزة التنافسية.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية الاولى:

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء"

وينبثق من الفرضية الرئيسية الاولى ستة فرضيات فرعية هي:

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الطاقة الخضراء"

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الكيمياء الخضراء"

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات التسويق الاخضر"

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء"

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الابنية الخضراء"

"لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة"

الفرضية الرئيسية الثانية:

"لا يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في فنادق الخمس نجوم"

وينبثق من الفرضية الرئيسية الثانية ست فرضيات فرعية هي:

"لا يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات الطاقة الخضراء على تحقيق تنافسية التكلفة في فنادق الخمس نجوم"

"لا يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات الكيمياء الخضراء على تحقيق تنافسية الجودة في فنادق الخمس نجوم"

"لا يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات الابنية الخضراء على تحقيق تنافسية المرونة في فنادق الخمس نجوم"

"لا يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء على تحقيق تنافسية الاستجابة في فنادق الخمس نجوم"

"لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات التسويق الاخضر على تحقيق اليقظة التنافسية في فنادق الخمس نجوم "
"لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتطبيق ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة على تحقيق تنافسية الابداع والابتكار في فنادق الخمس نجوم "
الفرضية الرئيسية الثالثة:
"لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء وأبعاد الميزة التنافسية في فنادق الخمس نجوم "

الإطار النظري:

أولاً: التكنولوجيا الخضراء:

مفهوم التكنولوجيا الخضراء

تعرف التكنولوجيا الخضراء على أنها تطوير وتطبيق المنتجات والمعدات والأنظمة المستخدمة للحفاظ على الطبيعة البيئية والموارد التي تقلل التأثير السلبي للأنشطة البشرية (Bhardwaj and Neelam, ٢٠١٥). وقد أضافت غانم (٢٠١٥) على أنها: مجال تصميم وتسويق واستخدام عمليات ومنتجات فعالة واقتصادية تساعد في تقليل التلوث والإضرار بصحة الإنسان والبيئة وتهتم بالتطوير المستمر لمجموعة من الطرق والمواد تبدأ بتقنيات توليد الطاقة وتنتهي إلى تقنيات تخليق منتجات نظيفة غير ملوثة .

أهداف التكنولوجيا الخضراء :

ذكر الميلود (٢٠١٥) أن من أهداف التكنولوجيا الخضراء ما يلي:
تطوير اساليب الإنتاج وإدخال التعديلات المناسبة على سلسلة حياة المنتجات، والتي تشمل استخراج المواد الخام وتصنيعها ونقل وتخزين واستخدام المنتجات، ثم التخلص منها بوسائل أمنه بيئياً.
خفض نسبة المخلفات والتلوث عن طريق تغيير نظم وأنماط الإنتاج والاستهلاك.

وذكر حماد (٢٠١٥) أن تحسين وضع بيئة الفنادق لتكون أكثر ملائمة للنظم البيئية من خلال الاستخدام الفعال للطاقة والمياه والموارد، وتخفيض التكاليف وتحقيق عائد اقتصادي من اعادة تدوير النفايات.

كما ذكرت غانم (٢٠١٥) أن تطوير بدائل تكنولوجية لمصادر الوقود الأحفورية أو الزراعة المعتمدة بكثرة على المواد الكيميائية التي تدمر البيئة والصحة.

وأضاف (Bhardwaj, et.al., ٢٠١٥) زيادة الإنتاج وتوفيرة وتحسين نوعية المنتجات، وزيادة القدرة التنافسية. ذكر محمود (٢٠١٨) أن تحقيق التنمية المستدامة من خلال استغلال الموارد الطبيعية بشكل منظم قائم على أسس علمية صحيحة وأضاف القيسي (٢٠١٩) أنه يتم مراعاة احتياجات الأجيال الحالية مع المحافظة على احتياجات الأجيال القادمة بما لا يمس بالتوازن البيئي القائم، والعمل على المحافظة على البيئة، وكذلك خفض استنزاف المصادر الطبيعية. ممارسات التكنولوجيا الخضراء :

إن تطبيق مفهوم ممارسات التكنولوجيا الخضراء في الفنادق قد يكون مكلفاً مادياً ولكنه على المدى البعيد سيوفر على أصحاب الفنادق أموالاً طائلة، ويزيد من عدد النزلاء ويعمل على حماية البيئة المحلية (حماد، ٢٠١٥)، ويهدف مفهوم ممارسات التكنولوجيا الخضراء إلى العديد من الأمور كما أوضحتها بنورة وآخرون (٢٠١٦) كما يلي:

- ١- الاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية مثل الأرض والتربة والطاقة والمياه وغيرها
- ٢- العمل على خفض نسبة التلوث بأشكاله المختلفة، الصلبة، والسائلة والغازية
- ٣- الحفاظ على التنوع الحيوي من خلال حماية النباتات والحيوانات والنظام الأيكولوجي والحفاظ على المناطق ذات الحساسية العالية.
- ٤- الإبقاء على التراث الثقافي باشكاله المختلفة من عادات وتقاليد وتراث معماري وغيرها مع العمل على تكامل الثقافات المحلية.
- ٥- المشاركة المحلية لكافة شرائح المجتمع في عمليات التنمية.
- ٦- استخدام العمالة والمنتجات المحلية
- ٧- التقليل من المواد الكيماوية الملوثة للتربة.
- ٨- وضع سياسة تراعي الشروط البيئية في كافة مراحل التنمية السياحية

مجالات التكنولوجيا الخضراء

تتعدد مجالات التكنولوجيا الخضراء ومنها: الطاقة الخضراء، الأبنية الخضراء، الكيمياء الخضراء، منتجات التسويق الأخضر، النانوتكنولوجيا الخضراء، المعلومات الخضراء، تكنولوجيا المياه العذبة (Sachin and Pujari, ٢٠٢٠):

١/٤ تكنولوجيا الطاقة الخضراء:

إن قطاع الفنادق معني اليوم بالسعي لإيجاد بدائل غير تقليدية لاستهلاك الطاقة، واتخاذ تدابير الطاقة النظيفة، نظراً لأن الفنادق التقليدية تسبب أضراراً بيئية خطيرة، جراء الآثار السلبية للاستهلاك المفرط في الطاقة حيث يشغل الفندق عملياته بصورة مستمرة على مدار السنة (Kasavana, 2008).

٢/٤ تكنولوجيا الكيمياء الخضراء:

تستفيد الفنادق من تصنيع الكيمياء الخضراء من خلال شركات متخصصة، حيث يمكن استخدام تطبيقات الكيمياء الخضراء في العديد من المتطلبات الخاصة بالفنادق بدلاً عن استخدام الكيمياء التقليدية التي تسبب العديد من الآثار السلبية والضرارة بالبيئة وصحة الإنسان، وتمتاز المواد الجديدة بأنها صديقة للبيئة ذلك بأنها تنتج من مصادر متجددة وقابلة للتحلل البيولوجي ولا ينتج عنها انبعاثات غازية (عنانزة، 2007).

٣/٤ تكنولوجيا التسويق الأخضر:

يتضمن تقديم المنتج الأخضر في الفنادق جهوداً وتكاليف إضافية خاصة في مرحلة البحوث والتطوير بما يضمن تحقيق الاستغلال الأمثل لاستهلاك الطاقة وتقليل التلوث دون اغفال عملية التخلص من النفايات بطريقة سليمة، ومن مزايا التسعير الأخضر حماية البيئة من خلال تقليل الهدر في استغلال الموارد وزيادة وعي العملاء بالحصول على منتجات بيئية جديدة في مقابل السعر، بالإضافة إلى تحسين سمعة المنظمة (علي، 2019).

٤/٤ تكنولوجيا المعلومات الخضراء:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات الخضراء بمختلف مكوناتها عنصراً هاماً من عناصر النشاط الذي تقوم به منظمات الأعمال نظراً لما توفره هذه التكنولوجيا من بيانات ومعلومات دقيقة وسريعة تساعد الإدارة العليا في اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب. وتلعب تكنولوجيا المعلومات الخضراء دوراً مهماً في التحولات الأساسية في مختلف الصناعات والتي من أهمها الصناعة الفندقية (أحمد، 2009).

٥/٤ تكنولوجيا الابنية الخضراء:

تسعي الفنادق الخضراء إلي أن تكون أكثر ملائمة للبيئة من خلال الاستخدام الفعال للطاقة والمياه والموارد مع توفير خدمات ممتازة، حيث أن فوائد تخفيض التكاليف والالتزامات المتزايدة والتدفقات النقدية الايجابية وتحديد هذه الفوائد والحوافز جعل الفنادق الخضراء في نمو مستمر والطلب عليها في تزايد (حماد، 2015).

٦/٤ تكنولوجيا المياه العذبة:

تعد تكنولوجيا توليد المياه من الهواء أحدث التقنيات الخضراء المستدامة والمستخدمه في التغلب على مشكلة نقص المياه العذبة من خلال جهاز مولد الماء الهوائي التي تتناسب الظروف المناخية في مصر مع تلك التقنية، وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في حل مشكلة مياه الشرب وخاصة في فنادق المقاصد النائية، مثل الفنادق الموجودة على ساحل البحر الأحمر (Hereher and El- Ezaby , ٢٠١٢)

ثانيا: الميزة التنافسية:
مفهوم الميزة التنافسية:

تعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المنظمة على إتباع طرق جديدة أكثر فاعلية من المنافسين، وسعيها إلى خلق قيمة متميزة من خلال إنتاج مبتكر، وخدمات مميزة، بالإضافة إلى قدرتها على تطبيقها ميدانياً، أى أنها تطبيق عملية الإبداع بمفهومه الواسع (العزاوي، ٢٠١٩)، وتحتاج الفنادق ان تضع استراتيجيات تنافسية لتحسين قدرتها التنافسية وبالتالي قدرتها على الاحتفاظ بالضيوف، وأن الفنادق كمنظمات عندما تحاول أن تخلق لنفسها قيمة فهي تريد بذلك ان تكون قادرة على خلق تمييز لنفسها عن المنافسين وهذه القيمة التي يخلقها الفندق هي ميزته التنافسية (عباس، ٢٠٢٠).

خصائص الميزة التنافسية:

يرى (الغالي وادريس، ٢٠٠٩) و(عابدين، ٢٠١٩) أنه يجب أن تتصف الميزة التنافسية بجملة من الخصائص، من أهمها:

أن تكون مستمرة، أى أن منظمات الأعمال والأفضلية على منافسيها على المدى الطويل، وليس على المدى القصير فقط.

تتسم الميزات التنافسية بالنسبية مقارنة بالمنافسين، أو بمقارنتها في فترات زمنية مختلفة، وهذه الصفة تجعل فهم الميزة التنافسية في إطار مطلق صعب التحقيق.

أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة، والقدرات والموارد الداخلية لمنظمة الأعمال من جهة أخرى.

أن تكون مرنة، بمعنى أنه يمكن إحلالها واستبدالها بميزات تنافسية أخرى بسهولة، وذلك باعتبار التغيرات الحاصلة في البيئة.

أن تتوافق الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تسعى منظمات الأعمال إلى تحقيقها في المدى المتوسط والبعيد.

كما يجب أن تنعكس هذه الميزة في كفاءة أداء منظمات الأعمال لأنشطتها أو في قيمة ما تقدمه للمشتريين أو كليهما، كما عليها أن تؤدي للتأثير في المشتريين وإدراكهم لأفضلية ما تقدمه منظمة الأعمال من منتجات، وتحفزهم لاقتنائها. أهمية الميزة التنافسية

يمكن تحديد أهمية الميزة التنافسية في الفنادق بالنقاط الآتية:

١. تعد بمثابة السلاح الأساس لمواجهة تحديات السوق والفنادق المناظرة، ويأتي ذلك من خلال قيام الفندق بتنمية معرفته التنافسية ومقدرته على تلبية احتياجات النزلاء في المستقبل عن طريق خلق المهارات بصورة مقدرات تمكنه من التكيف مع الفرص المتغيرة (White, ٢٠٠٤).
٢. كونها تمثل معياراً مهماً لتحديد المنشآت الناجحة عن غيرها، لأن المنشآت الناجحة تتميز بإيجاد نماذج جديدة منفردة يصعب تقليده ومحاكاتها لأن النماذج القديمة أصبحت معروفة ومتاحة وبشكل واسع وأن المنافسين على علم كامل بها وهو ما أكد عليه Porter بأن الابتكارات المتلاحقة والمعارف المتسارعة قد تجعل الميزة التنافسية لأي منظمة في أحسن الأحوال حالة مؤقتة، أي يتوجب على الفندق السير بخطى متسارعة وثابتة نحو التجديد والابتكار (بارك، ٢٠١٩).
٣. تمثل مؤشراً إيجابياً نحو توجه الفندق لاحتلال موقع قوى في السوق من خلال حصوله على حصة سوقية أكبر من منافسيه، وبما يعني أنه سيكون له زبائن أكثر رضا وولاء قياساً بالمنافسين من جهة وزيادة حجم المبيعات والأرباح من جهة أخرى (Czepiel, ٢٠٠١).
- ٤ – ابعاد الميزة التنافسية:

١/٤ الكلفة:

تسعى المشاريع إلى الحصول على مراكز تنافسية كبيرة، وتنشيط مبيعاتها كأساس لتحقيق تقدمها وإستمراريتها، بتقديم منتجاتها بكلفة أقل من المنافسين لها، كما أن هذا يعد من الأهداف العمليتيه للمشاريع الرائدة التي تعتمد على الكلفة للتنافس، وخلق ميزة تنافسية لها عن غيرها من المشاريع (العزاوي، ٢٠١٩).

٢/٤ الجودة:

تعد الجودة من أهم المرتكزات التي تقوم عليها الميزة التنافسية، فكلما تحسنت جودة ونوعية الخدمات المقدمة بشكل يفوق توقعات العملاء، كلما تم تعظيم الحصة السوقية للمنظمة، وحقق لها ميزة تنافسية عالية في السوق، ومكنها من استهداف اسواق جديدة على الصعيدين المحلي والعالمي (السرطان، ٢٠٢٠).

٣/٤ المرونة

أصبحت المرونة البعد التنافسي الحاسم في اسواق الحاضر والمستقبل، بعد ان ازدادت رغبة الزبون في التغيير والتنوع، وكذلك وسائل اشباعها، وتعرف المرونة بأنها: الاستجابة السريعة للتغير في طلب الزبون فضلاً عن زيادة رضا الزبون في التسليم الموجه بواسطة تقلص الوقت، وتفسر المرونة بانها القدرة على اجراء التغيير في الموقع السوقي والتي تعتمد على الابداعات في التصميم والاحجام (فرج، ٢٠٢٠).

٤/٤ سرعة الاستجابة:

يعد الوقت مصدراً رئيسياً لتحقيق الميزة التنافسية، التي تتطلب من المنظمات السرعة في تلبية احتياجات ورغبات العملاء، والتأقلم مع التحولات والتغيرات البيئية المستمرة، حيث تتطلب تجزئة العمل والتنبؤ بحدوث تغيرات مستمرة، والعمل على تحديث المعدات والأليات لضمان حصول العميل على المنتج أو الخدمة بسرعة لتلاشي الزيادة في التكاليف (العليمات، ٢٠١٩).

٥/٤ اليقظة

تضم مختلف الوسائل المرتبطة بمراقبة المنافسين سواء الحاليين أو المحتملين، وتوقع خططهم المستقبلية، واختيار البدائل الممكنة لغايات اتخاذ القرار، وذلك من خلال التعرف على موردي المنافسين، والتحقق من قنوات التوزيع التي يستعملها المنافسين، ودراسة امكانية انتاج منتج جديد، وقياس درجة التهديد التي يفرضاها المنافسين (على، ٢٠١٧).

٦/٤ الابداع والابتكار

ينظر إلى الابتكار على أنه صناعة المستقبل، حيث يأتي بالمنتج الجديد الذي ينشئ الطلب الجديد عليه، وكذلك ينشئ سوقاً جديداً يحقق لصناعة الفنادق المزيد من التطور، ولذلك فقد ازدادت أهمية الابتكار واتسعت مجالاته التطبيقية واصبحت المنظمات الفندقية تهتم بتريسيخ ثقافة الابتكار في استراتيجية عملها، باعتباره أحد السبل الأساسية التي تمكنها من بناء ميزة تنافسية مستمرة (مسعد وآخرون، ٢٠١٨، ص ٣٠١).

الدراسة الميدانية:

أولاً - منهجية الدراسة الميدانية

١ - حدود الدراسة:

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على الفنادق فئة خمس نجوم بالقاهرة والإسكندرية والاقصر والغردقة وشرم الشيخ، وذلك لتركز اهم فنادق الخمس نجوم بها فضلاً عن تميزها بانها تخضع لشركات الادارة العالمية، والتي يتوقع

تطبيقها للتكنولوجيا الخضراء نظرا لمحاولتها مواكبة احدث نظم الادارة الفندقية، كما ان الفنادق فئة خمس نجوم تمثل اعلى فئة من الفنادق والتي غالبا ما تهتم بدرجة كبيرة بتحقيق التنافسية في صناعة الفنادق لاستقطاب اكبر قدر من السائحين لاسيما من فئة السائح الاخضر المهتم بالنظم الصديقة للبيئة. الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على موضوعين اساسيين، يتعلق الموضوع الاول بممارسات التكنولوجيا الخضراء بابعادها (الطاقة الخضراء، والكيمياء الخضراء، والتسويق الاخضر، وتكنولوجيا المعلومات الخضراء، والابنية الخضراء، وتكنولوجيا المياه العذبة)، ويتعلق الموضوع الثاني بالميزة التنافسية بابعادها (التكلفة، والجودة، والمرونة، والاستجابة، والليقظة، والابداع والابتكار).

الحدود الزمنية: تم تجميع البيانات من خلال توزيع استمارة استبيان على مديري الفنادق فئة الخمس النجوم في الفترة ما بين شهر يوليو واغسطس عام ٢٠٢١م وهي الفترة التي تلت مباشرة اعادة فتح الفنادق بعد اغلاقها بسبب جائحة كورونا.

الحدود البشرية: استخدمت الدراسة اسلوب العينة العشوائية البسيطة من مجتمع الادارة العليا من مديري الفنادق ونوابهم ورؤساء الاقسام بالفنادق فئة خمس نجوم بالقاهرة والإسكندرية والغردقة والأقصر وشرم الشيخ بلغ حجمها (٤٤١) مفردة، وبعد استبعاد ٢١ استمارة غير صالحة للتحليل بلغت عينة الدراسة الصالحة للتحليل ٤٢٠ مفردة، جدول (١) و(٢) وذلك لكون هذا المجتمع هو الاكثر دراية واطلاع على نظم الادارة الفندقية ومدى تطبيقها لممارسات التكنولوجيا الخضراء، حيث ان مجتمع العاملين بالفنادق لن يكون على دراية كاملة بمدى تحقيق ابعاد التنافسية في الفنادق، كما ان مجتمع النزلاء قد يغيب عنهم بعض جوانب تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء لاسيما تلك المتعلقة بعمليات التشغيل الداخلية. جدول (١) اسماء الفنادق عينة الدراسة

ت	المحافظة	اسم الفندق
١	القاهرة	كايزو ماريوت
٢		كونكورد السلام كايرو
٣		كونراد كايرو
٤		دست ثاني لأكفيو
٥		فيارمونت نايل ستى

فور سيزون كايرو نايل بلازا		٦
هيلتون كايرو هيليوبوليس		٧
هوليداي ان كايرو ستي ستار		٨
هوليداي ان كايرو معادي		٩
انتركونتيننتال كايرو سميراميس		١٠
جى ديليو ماريوت كايرو		١١
الباساج كايرو		١٢
رويال مكسيم بلاس كيمبينسكي		١٣
سويقتل الجيزة		١٤
سونستا كايرو		١٥
النيل ريتز كارلتون كايرو		١٦
ويلدورف استوريا كايرو هيليوبوليس		١٧
بير اميزا سويتس القاهرة		١٨
السلامليك بلاس	الاسكندرية	١٩
فور سيزون سان استيفانو		٢٠
هيلتون كورنيش الاسكندرية		٢١
هيلتون جرين بلازا		٢٢
هلنان رويال فلسطين		٢٣
رادسون بلو الاسكندرية		٢٤
شيرتون المنتزة		٢٥
صن رايز الكس افينيو		٢٦
هليتون الاقصر ريزورت اند سبا		الاقصر
سوفتل وينتر بالاس الاقصر	٢٨	
ماريتيم جولي فيل الاقصر ايزيس اند ريزورت	٢٩	
ميركيور كرنك الاقصر	٣٠	
ايزيس بيراميزا الاقصر	٣١	
شيرتون الاقصر ريزورت اند	٣٢	
شنيجنبرج نايل بالاس الاقصر	٣٣	
سونستا سانت جورج الاقصر	٣٤	
هاواي ريفيرا بينتش اكوا بارك	الغردقة	٣٥

ماريوت الغردقة		٣٦
هيلتون الغردقة بلازر		٣٧
كوتننتال الغردقة		٣٨
شيرتون ميرامار ريزورت		٣٩
بيراميزا سهل حشيش		٤٠
فور سيزون ريزورت شرم الشيخ	شم الشيخ	٤١
تروبيتيل نعمة باي هوتل		٤٢
باروتل بيتش ريزورت		٤٣
كليوباترا شرم الشيخ		٤٤
منتجع حدائق السلطان		٤٥
رويال الباتروس مورينا		٤٦
سافوري شرم		٤٧
منتجع صن رايز مونتيمار		٤٨

المصدر: من اعداد الباحثين
جدول (٢) توزيع عينة الدراسة في الفنادق الخمس نجوم

المحافظة	عدد الفنادق (عينة الدراسة)	عدد مفردات الدراسة	النسبة المئوية %
القاهرة	١٨	١٣٣	٣١.٧
الاسكندرية	٨	٧٠	١٦.٧
الاقصر	٨	٧٧	١٨.٣
شم الشيخ	٨	٧٥	١٧.٨
الغردقة	٦	٦٥	١٥.٥
المجموع	٤٨	٤٢٠	١٠٠%

المصدر: من اعداد الباحثين
منهج الدراسة والبحث:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع موضوع الدراسة، والذي يقوم على تحليل المقومات والعناصر الأساسية للدراسة وصولاً إلى استنباط النتائج التي تعالج مشكلة الدراسة، كما استخدمت المنهج الكمي في التحليل الاحصائي لاستمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة الدراسة، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS, V.٢٤)

باستخدام الأساليب الإحصائية التالية: النسبة المئوية - المتوسط الحسابي - الانحراف المعياري - الوزن النسبي - معامل ألفا كرونباخ - علاقات الارتباط بيرسون Pearson - اختبار T test - نموذج الانحدار الخطي المتعدد
٢ - تصميم اداة الدراسة:

صممت استمارة الاستبيان على شكل أسئلة تتعلق بأثر تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء في صناعة الفنادق على تحقيق الميزة التنافسية، حيث يقوم المبحوث بالإجابة على الأسئلة من خلال اختيار إحدى الإجابات المقيدة في استمارة الاستبيان.

١/٢ اختبار صدق وثبات فقرات الاستبيان:

يلاحظ من الجدول (٣) أن كل معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق ومتوسط الاستجابات للمحور نفسه كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١، وهذا يشير إلى وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي لفقرات المحور المتعلق بتأثير تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق.

جدول (٣) صدق الاتساق الداخلي باستخدام (ارتباط بيرسون) للمحور المتعلق بتأثير تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق

م	العلاقة الارتباطية	الدلالة الإحصائية	العبرة
١	٠.٨٦٧**	٠.٠٠٠	تقلل ممارسات الطاقة الخضراء من التكلفة التشغيلية للفندق، بما يحقق تنافسية التكلفة
٢	٠.٨٤٤**	٠.٠٠٠	تزيد ممارسات الكيمياء الخضراء من جودة المنتجات والخدمات الفندقية، بما يحقق تنافسية الجودة
٣	٠.٩٥٦**	٠.٠٠٠	تواكب ممارسات الابنية الخضراء تنوع طلبات العملاء وراحتهم، بما يحقق تنافسية المرونة

٤	٠.٩٥٦**	٠.٠٠٠	تحقق ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء سرعة تسليم طلبات العملاء في اقل وقت ممكن، بما يحقق تنافسية الاستجابة
٥	٠.٩١٦**	٠.٠٠٠	تساعد ممارسات التسويق الخضراء على تحقيق التفوق على الفنادق المنافسة، بما يحقق اليقظة التنافسية
٦	٠.٩٣٤**	٠.٠٠٠	تدعم ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة تنافسية الابتكار لدى الفندق

٢/٢ اختبار ثبات فقرات استمارات الاستبيان:

تم اختبار ثبات المقياس لاستمارة الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha الذي يفيد في التحقق من درجة ثبات المقياس المستخدم، باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS, V.٢٤) جدول (٤) معامل ثبات محاور استمارة الاستبيان

المحور	عدد الفقرات	الفا كرونباخ
تأثير ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية	٦	٠.٩٥٨

يتضح من الجدول (٤) ان معامل الفا كرونباخ للمحور المتعلق بتأثير تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق والبالغ ٦ فقرات بلغ ٠.٩٥٨ مما يشير الى ثبات فقرات استمارة الاستبيان نتائج التحليل الاحصائي:

١ - الاحصاء الوصفي لاستجابات عينة الدراسة:

بتحليل الجدول (٥) يمكن ترتيب الفقرات وفقا للوزن النسبي كما يلي: جاء في المرتبة الاولى الفقرة " تقلل ممارسات الطاقة الخضراء من التكلفة التشغيلية للفندق، بما يحقق تنافسية التكلفة " بوزن نسبي بلغ ٩٤.٢%، وتنشأ هذه الميزة بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة وأكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين وهذا ما يجعلها في مركز متميز يسمح لها بخفض تكلفة تكلفة عملياتها التي تمكنها من تقديم منتجات تصارع في جودتها ما يقدمه المنافسون مع بيعها بسعر اقل (ابن شنينه، ٢٠١٩).

جاء في المرتبة الثانية الفقرة " تساعد ممارسات التسويق الخضراء على تحقيق التفوق على الفنادق المنافسة، بما يحقق اليقظة التنافسية " بوزن نسبي بلغ ٩٣.٤% ويتفق ذلك مع مفهوم استراتيجية التميز التي تركز على خلق درجة مرتفعة من التفرد بمنتجاتها ولبرامجها التسويقية حتى يمكنها ان تحظى بالميزة التنافسية بشرط عدم التخلي عن ما هو موجود من منتجات في خطوط إنتاجها ويشمل التمييز تطوير المنتجات القائمة أو تطوير تقديم منتجات جديدة (حويحي، ٢٠١٩).

جاء في المرتبة الثالثة الفقرة " توأكب ممارسات الابنية الخضراء تنوع طلبات العملاء وراحتهم، بما يحقق تنافسية المرونة " بوزن نسبي بلغ ٩٢% ويتفق ذلك مع ما اشار الى (البليشي، ٢٠١٨) من ان العمارة الخضراء توفر منظومة عالية الكفاءة تتوافق مع محيطها الحيوي بأقل اضرار جانبية، وتوفر التعامل مع البيئة بشكل أفضل يتكامل مع محدداتها، وتسد أوجه نقصها أو تصلح عيبها أو تستفيد من ظواهر هذا المحيط البيئي ومصادره.

جاء في المرتبة الرابعة الفقرة " تحقق ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء سرعة تسليم طلبات العملاء في اقل وقت ممكن، بما يحقق تنافسية الاستجابة " بوزن نسبي بلغ ٩١.٦% وفي ذلك اشارة الى ان تعد تكنولوجيا المعلومات الخضراء تعد ركيزة أساسية لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسات المختلفة وهو ما اشار اليه (سعد وعبداللطيف، ٢٠١٩)، كما ان استخدام تكنولوجيا المعلومات الخضراء يعمل على تحقيق وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمة (السيد، ٢٠١٣).

جاء في المرتبة الخامسة الفقرة " تدعم ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة تنافسية الابتكار لدى الفندق " بوزن نسبي بلغ ٩١% حيث ان تطبيق ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة تضمن توفير واستدامة المياه العذبة، وتوفير الطاقة وتوفير الزجاجات البلاستيكية والمحافظة على البيئة بالإضافة الى توفير الكلفة الخاصة بتخزين ونقل المياه (Tripathi et al., ٢٠١٦).
جدول (٥) الاحصاء الوصفي لاستجابات عينة الدراسة حول تأثير تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق

الوزن النسبي %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار	العبرة
٩٤.٢	٠.٤٥	٤.٧١	٢٩٩	١٢١	٠	٠	٠		تقل

ممارسات التكنولوجيا الخضراء واثارها على تحقيق الميزة التنافسية في الفنادق الخمس نجوم من وجهة نظر المدراء

			٧١.٢	٢٨.٨	٠	٠	٠	النسبة %	ممارسات الطاقة الخضراء من التكلفة التشغيلية للفندق، بما يحقق تنافسية التكلفة
			١٩٠	٢١١	١٩	٠	٠	التكرار	تزيد ممارسات الكيمياء الخضراء من جودة المنتجات والخدمات الفندقية، بما يحقق تنافسية الجودة
٨٨.٠	٠.٥٧	٤.٤٠	٤٥.٢	٥٠.٢	٤.٥	٠	٠	النسبة %	
			٢٥٥	١٦٥	٠	٠	٠	التكرار	تواكب ممارسات الابنية الخضراء تنوع طلبات العملاء وراحتهم، بما يحقق تنافسية
٩٢.٠	٠.٤٨	٤.٦٠	٦٠.٧	٣٩.٣	٠	٠	٠	النسبة %	

									المرونة
			٢٤٧	١٧٣	٠	٠	٠	التكرار	تحقق
									ممارسات
									تكنولوجيا
									المعلومات
									الخضراء
									سرعة
									تسليم
٩١.٦	٠.٤٩	٤.٥٨	٥٨.٨	٤١.٢	٠	٠	٠	النسبة	طلبات
								%	العملاء
									في أقل
									وقت
									ممكّن، بما
									يحقق
									تنافسية
									الاستجابة
			٢٨٢	١٣٨	٠	٠	٠	التكرار	تساعد
									ممارسات
									التسويق
									الخضراء
									على
									تحقيق
٩٣.٤	٠.٤٧	٤.٦٧	٦٧.١	٣٢.٩	٠	٠	٠	النسبة	التفوق
								%	على
									الفنادق
									المنافسة،
									بما يحقق
									اليقظة
									التنافسية
			٢٣٢	١٨٨	٠	٠	٠	التكرار	تدعم
٩١.٠	٠.٤٩	٤.٥٥	٥٥.٢	٤٤.٨	٠	٠	٠	النسبة	ممارسات

									تكنولوجيا المياه العذبة تنافسية الابتكار لدى الفندق	%
-	٠.٤٥	٤.٥٩	المتوسط العام للمحور							

جاء في المرتبة السادسة الفقرة "تزيد ممارسات الكيمياء الخضراء من جودة المنتجات والخدمات الفندقية، بما يحقق تنافسية الجودة" بوزن نسبي بلغ ٨٨% حيث تحقق ممارسات الكيمياء الخضراء للفنادق المزايا التنافسية وذلك من خلال تحليل قدرة الفندق على توفير الكثير من المنتجات والخدمات التي لا توجد مثيل لها في الفنادق الأخرى مما يزيد من الطلب على هذه المنتجات والخدمات الفريدة والمميزة (المهدى، ٢٠١٩).

٢ - اختبار صحة فروض الدراسة
١/٢ الفرضية الأولى:

تم اختبار صحة الفرضية باستخدام اختبار (t test) لعينة واحدة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) باستخدام برنامج SPSS, V.٢٤ كما يلي:
جدول (٦) اختبار (t test) للفرضيات الفرعية من الفرض الأول الرئيسي

احتمال الدلالة p	٩٥% فترة الثقة لفرق بين الوسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الفرضية
	الحد الأدنى	الحد الأعلى					
٠.٠٠٠٠	٤.٤٤	٤.٣٣	١٥١.٨٢	٠.٠٢٩	٠.٥٩	٤.٣٩	الأولى
٠.٠٠٠٠	٤.١٨	٤.٠٤	١٢٢.٤٨	٠.٠٣٤	٠.٦٨	٤.١١	الثانية
٠.٠٠٠٠	٤.٤٧	٤.٣٦	١٥٧.٥٢	٠.٠٢٨	٠.٥٧	٤.٤١	الثالثة
٠.٠٠٠٠	٤.٤٥	٤.٣٤	١٥٦.١٧	٠.٠٢٨	٠.٥٧	٤.٣٩	الرابعة
٠.٠٠٠٠	٤.٣٩	٤.٢٨	١٥٦.٩١	٠.٠٢٨	٠.٥٦	٤.٣٣	الخامسة
٠.٠٠٠٠	٤.٢١	٤.٠٩	١٣٦.٧٢	٠.٠٣٠	٠.٦٢	٤.١٥	السادسة

يتضح من الجدول (٦) ان احتمال الدلالة p اصغر من مستوى معنوية (٠.٠٥) في كل الفرضيات ومن ثم فاننا نرفض الفرضيات العدمية ونقبل الفرضيات البديلة حيث تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء" وتضمن ذلك وجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الطاقة الخضراء، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الكيمياء الخضراء"، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات التسويق الاخضر"، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء"، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات الابنية الخضراء"، ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة"

٢/٢ الفرضية الرئيسية الثانية:

تم اختبار صحة الفروض الفرعية الثانية للدراسة باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS, V.٢٤ ويوضح الجدول رقم (٧) نتائج الاختبار:

جدول (٧) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير المتغيرات المستقلة (ممارسات التكنولوجيا الخضراء) على المتغير التابع (الميزة التنافسية)

الخطأ المعياري	قيمة الانحدار (B)	أبعاد النموذج	المتغيرات
٠.٠٦٥	٠.٩٩١*	الميزة التنافسية	المتغير التابع
٠.٠٦٨	٠.٧٧٤	ممارسات الطاقة الخضراء	المتغيرات المستقلة
٠.٠٥٩	٠.٤١٤	ممارسات الكيمياء الخضراء	
٠.٠٦٠	٠.٠٢٢	ممارسات الابنية الخضراء	
٠.٠٣٨	٠.٤٨١	ممارسات المعلومات	

		الخضراء	
٠.٠٥٣	٠.١٤١	ممارسات التسويق الاخضر	
٠.٠٤٢	٠.١٢١	ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة	
	٩٩٥.٢٣٩	قيمة F المحسوبة	القيم الإحصائية
	٠.٠٠٠	مستوى دلالة F المحسوبة	
	٠.٩٦٧	معامل الارتباط (R)	
	٠.٩٣٥	معامل التحديد (R ²)	
	٠.١١٦	الخطأ المعياري للتقدير	

* ثابت الانحدار.

كانت علاقة خط الانحدار بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع على النحو الآتي:

$$Y = 0.991 + 0.774X_1 + 0.414X_2 + 0.022X_3 + 0.481X_4 + 0.141X_5 + 0.121X_6$$

حيث أن: Y = الميزة التنافسية

X₁ = ممارسات الطاقة الخضراء. X₄ = ممارسات المعلومات الخضراء

X₂ = ممارسات الكيمياء الخضراء. X₅ = ممارسات التسويق الاخضر.
X₃ = ممارسات الابنية الخضراء. X₆ = ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة.

أظهرت نتائج الانحدار المتعدد العلاقة قوية بين ممارسات التكنولوجيا الخضراء والميزة التنافسية في الفنادق في نموذج الانحدار، حيث بلغ معامل الارتباط (R) (٠.٩٦٧)؛ مما يشير إلى قوة تأثير التكنولوجيا الخضراء على الميزة التنافسية في الفنادق الخمس نجوم، كما بلغت قيمة القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R²) (٠.٩٣٥)؛ مما يشير إلى أن ٩٣.٥% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية تفسرها ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء، وبلغت قيمة (F) المحسوبة ٩٩٥.٢٣٩ وبمستوى دلالة إحصائية (sig= ٠.٠٠٠)، وهي أصغر من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد (٠.٠٥)، وهذا يدل على وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين المتغيرات

المستقلة (ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء) على المتغير التابع (الميزة التنافسية)، أي أنه كلما زادت ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء فإن ذلك يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية في الفنادق.
٢/٣ الفرضية الرئيسية الثالثة:

تم اختبار الفرضية الثالثة للدراسة باستخدام علاقات الارتباط بيرسون Pearson باستخدام برنامج SPSS, V.٢٤. ويوضح الجدول رقم (٨) نتائج الاختبار.

جدول (٨) نتائج تحليل مصفوفة الارتباط بين ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء وأبعاد الميزة التنافسية في فنادق الخمس نجوم

المتغيرات	الطاقة الخضراء	الكيمياء الخضراء	التسويق الأخضر	المعلومات الخضراء	الأبنية الخضراء	المياه العذبة
التكلفة	٠.٨٣٨	٠.٨٠٨	٠.٨٥٥	٠.٧٨٨	٠.٧٨٦	٠.٨١٥
الجودة	٠.٨٥٩	٠.٨١٨	٠.٨٦٦	٠.٩٠٤	٠.٩٠٣	٠.٧٥٤
المرونة	٠.٨٧٥	٠.٨٠٣	٠.٨٤١	٠.٩٧٦	٠.٨٣٨	٠.٧٤٤
الاستجابة	٠.٨٦٧	٠.٧٩١	٠.٨٣٧	٠.٨٩٦	٠.٨٤٥	٠.٧٣٢
اليقظة	٠.٨٦٥	٠.٨١٥	٠.٨٤٤	٠.٨١٨	٠.٨٠٨	٠.٧٩٥
الابتكار	٠.٨٥٧	٠.٧٧٤	٠.٨٢٦	٠.٩١٠	٠.٨٥٩	٠.٧١٤

يتضح من الجدول (٨) وجود علاقات ارتباط موجبة بين ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء من جهة وبين أبعاد الميزة التنافسية من جهة أخرى في فنادق الخمس نجوم حيث يتضح ما يلي:
بلغت العلاقة الارتباطية بين الطاقة الخضراء وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٨٣٨ - ٠.٨٥٩ - ٠.٨٧٥ - ٠.٨٦٧ - ٠.٨٦٥ - ٠.٨٥٧) على الترتيب.
بلغت العلاقة الارتباطية بين الكيمياء الخضراء وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٨٠٨ - ٠.٨١٨ - ٠.٨٠٣ - ٠.٧٩١ - ٠.٨١٥ - ٠.٧٧٤) على الترتيب.
بلغت العلاقة الارتباطية بين التسويق الأخضر وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٨٥٥ - ٠.٨٦٦ - ٠.٨٤١ - ٠.٨٣٧ - ٠.٨٤٤ - ٠.٨٢٦) على الترتيب.

بلغت العلاقة الارتباطية بين المعلومات الخضراء وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٧٨٨ - ٠.٩٠٤ - ٠.٩٧٦ - ٠.٨٩٦ - ٠.٨١٨ - ٠.٩١٠) على الترتيب.
بلغت العلاقة الارتباطية بين الابنية الخضراء وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٧٨٦ - ٠.٩٠٣ - ٠.٨٣٨ - ٠.٨٤٥ - ٠.٨٠٨ - ٠.٨٥٩) على الترتيب.
بلغت العلاقة الارتباطية بين تكنولوجيا المياه العذبة وابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) (٠.٨١٥ - ٠.٧٥٤ - ٠.٧٤٤ - ٠.٧٣٢ - ٠.٧٩٥ - ٠.٧١٤) على الترتيب.
يتضح من ذلك رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل انه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء وأبعاد الميزة التنافسية في فنادق الخمس نجوم.
نتائج الدراسة:

- ١ - يعتبر مفهوم التكنولوجيا الخضراء من المفاهيم الحديثة التي تحظى باهتمام متزايد من قبل منظمات الاعمال العالمية بصفة عامة ومن بينها المنظمات الفندقية بهدف تحقيق التنمية السياحية المستدامة، والميزة التنافسية في صناعة الفنادق.
- ٢ - اوضحت نتائج التحليل الإحصائي أن أقوى متغيرات ممارسات التكنولوجيا الخضراء التي حصلت على أعلى وزن نسبي (٩٤.٢%) كانت ممارسات الطاقة الخضراء التي تقلل من التكلفة التشغيلية للفندق، بما يحقق تنافسية التكلفة.
- ٣ - جاء متغير ممارسات التسويق الاخضر التي تحقق التفوق على الفنادق المنافسة، بما يحقق اليقظة التنافسية في المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ ٩٣.٤% حيث تساعد على خلق قيمة مضافة بمنتجاتها وبرامجها التسويقية حتى تحقق الميزة التنافسية.
- ٤ - جاء متغير ممارسات الابنية الخضراء التي تلبي تنوع طلبات العملاء وراحتهم، بما يحقق تنافسية المرونة في المرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ ٩٢%، حيث توفر العمارة الخضراء درجة عالية الكفاءة والتوافق مع البيئة بشكل تكامل مع محدداتها، مستفيدة من ظواهر هذا المحيط البيئي ومصادره.
- ٥ - جاء متغير ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء التي توفر سرعة تسليم طلبات العملاء، بما يحقق تنافسية الاستجابة في المرتبة الرابعة بوزن

- نسبي بلغ ٩١.٦%، اذ تمثل تكنولوجيا المعلومات الخضراء ركيزة أساسية لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسات الفندقية.
- ٦ - جاء متغير ممارسات تكنولوجيا المياه العذبة التي تدعم تنافسية الابتكار لدى الفندق في المرتبة الخامسة بوزن نسبي بلغ ٩١%، ويتضمن ذلك توفير واستدامة المياه العذبة، والمحافظة على البيئة.
- ٧ - جاء متغير ممارسات الكيمياء الخضراء التي تحسن من جودة المنتجات والخدمات الفندقية، بما يحقق تنافسية الجودة في المرتبة السادسة بوزن نسبي بلغ ٨٨%، وذلك من خلال توفير الكثير من المنتجات والخدمات التي لا توجد مثيل لها في الفنادق الأخرى.
- ٨ - تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء مديري فنادق الخمس نجوم حول تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء والتي تضمنت ممارسات الطاقة الخضراء، وممارسات الكيمياء الخضراء، وممارسات التسويق الأخضر، وممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء، وممارسات الابنية الخضراء، وممارسات تكنولوجيا المياه العذبة.
- ٩ - أظهرت نتائج الدراسة قوة تأثير التكنولوجيا الخضراء على الميزة التنافسية في الفنادق الخمس نجوم، حيث تبين أن ٩٣.٥% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية تفسرها ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء بالفنادق.
- ١٠ - اتضح وجود علاقات ارتباط طردية قوية بين كل ابعاد ممارسات التكنولوجيا الخضراء (الطاقة الخضراء، والكيمياء الخضراء، والتسويق الأخضر، وتكنولوجيا المعلومات الخضراء، والابنية الخضراء، وتكنولوجيا المياه العذبة) من جهة، وبين ابعاد الميزة التنافسية (التكلفة - الجودة - المرونة - الاستجابة - اليقظة - الابتكار) من جهة أخرى في فنادق الخمس نجوم.

توصيات الدراسة:

- استبدال الوسائل التقليدية بالوسائل التكنولوجية خاصة في مجال وسائل الانارة الذكية للممرات والغرف والقاعات لدعم ممارسات الطاقة الخضراء في الفنادق.
- الاعتماد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال الالكتروني لمسايرة التطورات الحديثة في صناعة الفنادق وتحقيق ميزة تنافسية لممارسات التسويق الأخضر بالفنادق.

استخدام الخامات المصنوعة من المصادر البيئية في الاثاث الفندقية وازضافة ديكورات توضح المعالم الطبيعية المحيطة بالفندق لدعم ممارسات الابنية الاخضراء وجذب النزلاء المهتمين بالبيئة والفنادق الخضراء. توفير المعلومات الضرورية والتكنولوجية المساعدة في اتخاذ القرارات وترشيدها، وتفعيل نظم الرقابة والتقييم التي تسمح بالقضاء على المشاكل الادارية داخل الفندق، لتفعيل ممارسات تكنولوجيا المعلومات الخضراء. تطوير وسائل المعالجات البيولوجية لإعادة استخدام المياه الرمادية في الفنادق، وتطوير نظام اعادة استخدام وتدوير المخلفات الصلبة في الفنادق فئة الخمس نجوم، واستخدام المواد الطبيعية في عمليات التنظيف والغسيل. تحويل التنافس من الاعتماد على السلع والخدمات الى التنافس المعرفي والتقني، واتباع المعايير العالمية الخاصة بالموصفات البيئية خاصة الالتزام بالموصفات الدولية للجودة البيئية واستخدام تكنولوجيا الكيمياء الخضراء والنانو تكنولوجيا.

تقديم الدورات التدريبية الدورية للعاملين لزيادة الوعي البيئي وتحقيق المسؤولية البيئية والتدريب على تطبيق ممارسات التكنولوجيا الخضراء في صناعة الفنادق.

قائمة المراجع:

أولاً المراجع باللغة العربية :

- ابن شنيينة، كريمة (٢٠١٩): أثر عناصر المزيج التسويقي الالكتروني على الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد ٨، العدد ١، الجزائر.
- أحمد، دنيا طارق (٢٠٠٩): تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الصناعة الفندقية دراسة تطبيقية في عينة من فنادق مدينة بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد ٧٩، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق .
- البلشي، ايه فكري مصطفى (٢٠١٨): تطبيقات العمارة الخضراء للوصول إلى مباني صفرية الطاقة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الهندسة، جامعة المنوفية .
- السرحان، نشوى هائل خلف (٢٠٢٠): أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، الأردن.

- السيد، محمد فوزي محمد (٢٠١٣): المراجعة الداخلية لاستدامة الشركة في ظل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات الخضراء، مجلة الفكر المحاسبي، المجلد ١٧، كلية التجارة، جامعة عين شمس .
- القيسي، نسرین حسن (٢٠١٩): الممارسات الخضراء وأثرها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة من وجهة نظر الإدارة العليا في القطاع السياحي دراسة حالة الفنادق في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية، غزة .
- العزاوي، ترکان حسين داود (٢٠١٩): الابتكار التسويقي وأثره في الميزة التنافسية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، الأردن.
- العليمات، غسان راشد (٢٠١٩): إدارة علاقات العملاء كمدخل للميزة التنافسية في القطاع المصرفي التجاري الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- الغالي، محمد منصور و ادريس، محمد صبحي (٢٠٠٩): الإدارة الاستراتيجية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- المهدي، الرميضاء مبشر (٢٠١٩): دور المراجعة المستمرة في دعم الميزة التنافسية: دراسة حالة على البنك العقاري التجاري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النيلين، السودان.
- الميلود، سحائين (٢٠١٥): مساهمة التكنولوجيا الخضراء في حماية البيئة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي - ٢٢ (٢)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة زيان عاشور بالجلفة .
- بارك، نعيمة (٢٠١٩): التسويق الأخضر كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية: حالة مؤسسة ريلان للمنتجات الكهرومنزلية بعنابة، مجلة الإقتصاد والمالية، المجلد ٥، العدد ٢، الجزائر.
- بنورة، ايناس وأخرون (٢٠١٦) : تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان الاستهلاك الرشيد للمياه، حالة دراسية محافظة بيت لحم، معهد الأبحاث التطبيقية - القدس (أريج) ، مؤسسة هاينريش بول .

- بظاظو، إبراهيم (٢٠١٨): تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة الدولية، مجلة المسئلة السياحية، الموقع الالكتروني <https://almasalla.travel>، تاريخ الاطلاع: ٢٠٢٢/٣/١٥ م.
- حماد، عبدالقادر إبراهيم عطية (٢٠١٥): تعزيز مفهوم الممارسات الخضراء في القطاع الفندقي لضمان التنمية السياحية المستدامة – حالة دراسة الفنادق في محافظات قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، المجلد ٢٣، العدد ١، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- حويحي، محمد احمد غريب (٢٠١٩): آليات تحسين ترتيب جامعة الملك خالد في التصنيفات العالمية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، المجلد ٣٠، العدد ٢، السعودية.
- سعد، هشام عزت وعبداللطيف، مايسة فتحي (٢٠١٩) : فاعلية برامج روبوتات الدردشة التفاعلية (الشات بوت) في قطاع الفنادق من منظور العملاء : دراسة باستخدام تقنية (الأهمية – الأداء)، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد ١٣، العدد ٢، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم .
- عابدين، شيرين حسين (٢٠١٩): العلاقة بين ادارة المواهب والميزة التنافسية في الشركات متعددة الجنسيات: دراسة ميدانية على عينة من الشركات متعددة الجنسيات في مصر، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، المجلد ١٠، العدد ٢، مصر.
- عباس، حسين مظلوم (٢٠٢٠) : علاقة الأنماط القيادية لمديري الفنادق بمستوى تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية للفنادق في مدينة بغداد، المعهد التقني بالنجف، العراق .
- عريبات، عمر غالب (٢٠١٩): اثر الاقتصاد المعرفي على الميزة التنافسية: دراسة حالة على العاملين في الصيدليات في مدينة السلط، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد ٥، عدد خاص، الأردن.
- على، امينة (٢٠١٧): دور اليقظة الاستراتيجية في خلق ميزة تنافسية في السوق المستهدف لمؤسسة تيليكوم الجزائر، مجلة العلوم

- الاقتصادية والادارية والقانونية، المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، المجلد ١، العدد ١٠، فلسطين.
- علي، طهرواي دومة (٢٠١٩): المسؤولية البيئية في القطاع السياحي الفنادق الخضراء والسياحة المستدامة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد ١٣ ، العدد ١، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- عنانزة، خالد (٢٠٠٧): الكيمياء الخضراء فى خدمة الاقتصاد والبيئة، المجلة الثقافية، العددان ٦٨ ، ٦٩ ، الجامعة الأردنية.
- غانم، تفيدة سيد أحمد (٢٠١٥) : وحدة مقترحة فى التكنولوجيا الخضراء قائمة على عملية التصميم التكنولوجي وفعاليتها فى تنمية مهارات تصميم النماذج التكنولوجية واتخاذ القرار فى مقرر العلوم البيئية لطلاب الصف الثالث الثانوي ، المجلة المصرية للتربية التعليمية ، المجلد ١٨ ، العدد ١ .
- فرج، أرينا مصطفى (٢٠٢٠): دور الادارة المرئية فى تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين فى شركة كاسن لصناعة الإسمنت/ السليمانية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع، العدد ٤٨ ، الإمارات العربية المتحدة.
- محمود، صلاح نوري (٢٠١٨) : التوجهات للبيئة المستدامة والتصميم الصناعي المعاصر مفاهيمي ومنطلقات، مجلة التصميم الدولية ، المجلد ٨ ، العدد ٣ ، الجمعية العلمية للمصممين.
- مسعد، دينا احمد السيد ، وزهري، محمد عبدالفتاح، وعزيز، وائل محمود (٢٠١٨): دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للفنادق المصرية دراسة ميدانية على الفنادق فئة الاربعة نجوم في محافظة الاسكندرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، العدد ٤.

ثانيا: المراجع باللغة الانجليزية:

Bhardwaj, M. and Neelam, K. (٢٠١٥): "The Advantages and Disadvantages of Green Technology" Journal of Basic and Applied Engineering Research, Volume ٢, Issue ٢٢; December, ٢٠١٥.

Czepiel, J., (٢٠٠١), "Competitive marketing Strategy",
Prentice Hall, Inc ١١.

Hereher, M.E and El-Ezaby, K.H. (٢٠١٢) : Soil and Water
Quality Assesment along the Red Sea Coast , Egypt ,
International Journal of Environmental Studies , Vol. ٦٩ ,
No. ١.

Kasavana, L., (٢٠٠٨): Green Hospitality, The School of
Hospitality Business, Michigan State University.
<https://www.hospitalityupgrade.com/> access on
٢٥/٥/٢٠٢٠, ١.٢٣pm

Sachin, A., and Pujari, V. (٢٠٢٠): Green Technology,
Conference: National Seminar on "Trends in Geography,
Commerce, IT And Sustainable Development", Aayushi
International Interdisciplinary Research Journal (ISSN
٢٣٤٩-٦٣٨X) (Special Issue No. ٧٧) At: Khed, Ratnagiri,
Maharashtra.

Skrbina, D. (٢٠١٥). The Metaphysics of Technology. New
York: Routledge

Trpathi, A. ; Tushar, S.; Pal, S.; Lodh, S.; Tiwari, S. and
Desai, R.S. (٢٠١٦) : Atmospheric Water Generation ,
International Journal of Enhanced Research in Sciences ,
Technology & Engineering , Vol. ٥, No. ٤.

White, Hill, M., (٢٠٠٤), "Knowledge Based Strategy to
Deliver Sustained Competitive Advantage Long Range
Planning", Vol: ٣٠, No: ٤, p. ١٧.