

اثر ادارة اعادة التدوير في التسويق الأخضر  
دراسة تطبيقية على العاملين في شركة (chinese oil)

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ميسان وهي  
جزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في ادارة الأعمال

أعداد الطالب

محمد عبود داوود

بإشراف الأستاذ

م. د عدي جاسم محمد

٢٠٢٣ م

١٤٤٤ هـ

## مستخلص:

هدف هذه الرسالة الى الكشف عن آثار إعادة التدوير في التسويق الأخضر لدى العاملين في شركة (oil Chinese) لتحقيق هدف الدراسة قام الباحثون بنظم استبانة مكونة من ( ٢٧ ) فقرة وذلك لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة التي تكونت من ( رئيس قسم رئيس شعبة) في شركة نفط (oil Chinese) اذ تم توزيع (٥٥) واس ترجع منها (٥٠) وكانت ( ٣١ ) منها صالحة لتحليل الإحصائي وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الاختبارات الإحصائية من خلال اجراء تحليل الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف والآخر الانحدار المتعدد المتدرج. وتوصلت عدد من الاستنتاجات اهمها وجود اثر معنوي لعملية اعادة التدوير في التسويق الأخضر بالشركة. وكانت اهم التوصيات هي ضرورة الاهتمام بعملية اعادة التدوير وتطوير الأنظمة اللازمة لتدريب العاملين داخل الشركة واهمية دور الفرد والأمن الوظيفي داخل المنظمة وكذلك ضرورة السعي نحو بناء ثقافة تنظيمية يلجأ اليها الافراد.

## قائمة المحتويات

|      |                      |
|------|----------------------|
| أ    | الآية القرآنية.....  |
| ب    | الإهداء .....        |
| ج    | الشكر والتقدير.....  |
| د    | إقرار المشرف.....    |
| هـ-و | قائمة المحتويات..... |
| ز    | مستخلص.....          |
| ١    | المقدمة.....         |

### المبحث الأول :

|     |                                                 |
|-----|-------------------------------------------------|
| ٢   | منهجية العلمية للبحث والدراسات السابقة.....     |
| ٣   | ١.١ مشكلة البحث.....                            |
| ٣   | ٢.١ أهمية البحث .....                           |
| ٤   | ٣.١ أهداف البحث.....                            |
| ٤   | ١. فرضيات البحث .....                           |
| ٥   | ١. أدوات جميع البيانات والأساليب الإحصائية..... |
| ٥   | مجتمع وعينة البحث .....                         |
| ٥   | حدود البحث .....                                |
| ٦-٨ | الدراسات السابقة .....                          |

### المبحث الثاني :

|    |                           |
|----|---------------------------|
| ٩  | التأطير النظري.....       |
| ٩  | أولاً إعادة التدوير ..... |
| ٩  | مفهوم إعادة التدوير ..... |
| ١٠ | أهمية إعادة التدوير.....  |

|    |                                           |
|----|-------------------------------------------|
| ١٠ | اهداف اعادة التدوير .....                 |
| ١١ | الأبعاد الاستراتيجية لعملية التدوير.....  |
| ١٢ | التدوير والتطور التكنولوجي .....          |
| ١٢ | اهم انواع اعادة التدوير .....             |
| ١٣ | معوقات عملية التدوير .....                |
| ١٤ | ثانيا التسوق الأخضر.....                  |
| ١٤ | التطور التاريخي لمفهوم التسوق الأخضر..... |
| ١٤ | مفهوم التسويق الأخضر.....                 |
| ١٥ | اهمية التسويق الأخضر.....                 |
| ١٦ | العوامل التسويق الأخضر .....              |
| ١  | ابعاد التسويق الأخضر .....                |

## المبحث الثالث:

نتائج البحث الميداني واختبار الفرضيات

الجانب التطبيقي

|       |                                                   |
|-------|---------------------------------------------------|
| ٢٢-١٨ | اوال: وصف عينة البحث.....                         |
| ٢٣    | ثانيا: اختبار فرضية البحث.....                    |
| ٢٣    | ثالثا: تحليل عالقة الأثر بين متغيرات الدراسة..... |
| ٢٤    | الاستنتاجات .....                                 |
| ٢٥    | التوصيات.....                                     |
| ٢٦    | المصادر العربية.....                              |
| ٢     | المصادر الأجنبية.....                             |

## المقدمة

بدأت فكرة عملية التدوير إثناء الحرب العالمية الأولى والثانية حيث كانت الدول تعاني من النقص الشديد في بعض المواد الأساسية مثل المواد الخام الطبيعية مما دفعها إلى تجميع تلك المواد من المخلفات لإعادة استخدامها مرة أخرى كبديل لتلك المواد . وبعد سنوات أصبحت عملية تدوير من أهم أساليب إدارة التخلص من المخلفات وذلك للفوائد البيئية العديدة لهذه العملية ، ولسنوات عديدة كان تدوير المباشر عن طريق منتجي مواد المخلفات

( المعاد تدويرها ) هو الشكل الأساسي لإعادة التصنيع ولكن مع بداية التسعينات بدء التركيز على التدوير غير المباشر اي تصنيع مواد المخلفات لإنتاج منتجات أخرى تعتمد على المادة الخام .

وتعتبر عملية التسويق الأخضر واحدة من أكثر المواضيع حداثة في حقل إدارة التسويق ولكنها اقل تناولا في الأدبيات المختصة في العلوم الإدارية ، لذلك أصبحت اغلب المنظمات بحاجة إلى تبني هذا المفهوم كونها تحقق لها ميزة تنافسية فضلا عن التعبير باهتمامها بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية تجاه زبائنهم وأيضا تبني استراتيجية تصنيع نظيفة وتقديم سلع ومنتجات خالية من عوامل التلوث البيئي .

لذلك تكمن أهمية البحث من خلال التصدي لموضوع تتشارك فيه جميع أنشطة منظمات الأعمال على تقديم منفعة للبيئة التي نعيش فيها من خلال تبني فلسفة التسويق الأخضر باعتماد عملية أعاده التدوير من أجل بناء استراتيجية خضراء لقياده السوق كونها تعتبر النقطة المحورية لجميع الأنشطة التجارية لمنظمات الأعمال ( شركات الصناعية النفطية ) ويصب هذا العمل الاستراتيجي نحو تحضير اعمال الشركة عبر منتجاتها التي تتعامل بها والأنشطة المختلفة التي تعمل فيها انسجاما مع الرؤيا ورسالة الشركة التي تتخذها في مسار عملها للحفاظ ع البيئة وحمايتها من الآثار السلبية المترتبة عليها .

## المبحث الأول

### منهجية العلمية للبحث والدراسات السابقة

#### تمهيد ...

تواجه كثير من منظمات الأعمال منها ( الشركات الصناعية النفطية ) كثير من التحديات منها ضعف اهتمام القادة الإداريين في منظمات الأعمال وخاصة الصناعية النفطية هي تواجه أخطار التلوث البيئي وتأثير السلبي على البيئة الطبيعية لما له من انعكاسات على هذه المنظمات ولمواجهة هذه التحديات يجب وضع معايير وطرق وحلول الحد من الآثار السلبية المترتبة عليها لتحقيق تفوقا على المنظمات المنافسة لها التي لا تعتمد مثل هذه المعايير.

#### تناول المبحث الأول :

منهجية البحث بما في ذلك مشكلة البحث و أسئلة البحث وأهمية البحث منها العلمية و التطبيقية وأهداف البحث فضلا عن الفرضيات التي صياغتها بناء على المشكلة المطروحة ، كذلك حدود البحث والأدوات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات والوصول إلى النتائج.

#### اولا : - مشكلة البحث

تتمثل مشكله الدراسة بضعف اهتمام القادة الاداريين في منظمات الاعمال وخاصة الصناعية بأهمية اعادة التدوير واستراتيجية الانتاج الانظف لتعزيز التسويق الاخضر ومواجهه الاخطار وخاصة التلوث البيئي وأثرة على المجتمع وسلامه افراده والحد من الاستنزاف المفرط في الموارد الطبيعية الخام . ولما يمثل ذلك من خطورة كبيرة على البيئة الطبيعية وما يقابله من وجوب لتخفيض كميه النفايات المطروحة الى البيئة والذي يؤدي بدوره الى اختلال ف التوازن الطبيعي.

#### ويمكن صياغة المشكلة بالأسئلة الآتية :

- ١- يمكن لمفهوم اعاده التدوير ان يأخذ دورا في مواجهة اخطار التلوث البيئي ؟
- ٢ - هناك دور لمنظمات الاعمال لتبني فلسفه التسويق الاخضر لمواجهة التلوث البيئي؟
- ٣- ماهيه الحلول والاساليب التي تقدمها منظمات الأعمال الهادفة إلى تقديم منتجات وسلع خالية من العوامل التلوث البيئي الي افراد المجتمع ؟

## ثانيا : - اهمية البحث : اهمية الدراسة على المستويين العلمي والتطبيقي

### ١-اهمية العلمية :

اهتم الباحثون في السنوات الأخيرة بدراسة المتغيرات المبحوثة بشكل كبير لما تأكد اهميتها لشركة والفنيين والمهندسين فيها ، حيث تعتبر اهمية اعادة التدوير بالنسبة لشركة عاية ووسيلة الشركة في انتهاج اسلوب فلسفي يكمن في تحقيق فلسفة تسويق اخضر حيث يحقق للشركة فوائد ومكاسب كبيرة ويمكن أن يضع الشركة على قمة الهرم التنافسي ولربما يمنحها القيادة في السوق بحيث يجعل الشركة قريبة من عملائها وبالذات الذين لديهم توجه بيئي ، فضلا على المحافظة على البيئة وترشيد استخدام الموارد الطبيعية والحد من الاستنزاف المفرط في هذه الموارد الخام ، وهذه العملية محفزه للشركة يمكن من خلالها الحفاظ على البيئة من الآثار السلبية المترتبة عليها ويقاء الشركة في مستويات النجاح والتطور لتحقيق خدمة ومنفعة للمجتمع

### ٢ - الأهمية التطبيقية :

أدى التطور الحاصل في جميع الشركات وتزايد حجم أعمالها مع زيادة إعداد العاملين والفنيين والمهندسين وبروز التطورات التكنولوجية كبيرة وظهور اتجاهات إدارية حديثة إلى دفع القيادات الإدارية اعتماد الأساليب المناسبة لمواجهه تلك التطورات ، ومنها شركة أويل سيرف حيث تعتبر إحدى الشركات العاملة في المجال النقطي ، وتعتمد سياسة الشركة على وضع برنامج خاص لتطوير كوادرها باعتماد على أفضل المناهج العلمية المعتمدة في المجالات الصناعية النفطية ، وتعتمد في عملها على الفهم الإداري على المستوى المحلي والدولي ، وعلى هذا الأساس فقد حققت الشركة شراكات واتصالات مع أبرز الشركات العالمية العاملة في القطاع النفطي ، لاسيما العاملة في العراق ،

### ثالثا- اهداف البحث

يسعى البحث الي معرفة مدى أثر التسويق الاخضر باعتماد اليه اعادة التدوير في الحفاظ على البيئة ودورة في تحقيق تطور العمل في المنظمات الاعمال الشركات الصناعية النفطية ( . وأن أهداف البحث يمكن تلخيصها بالاتي .. ا تعزيز العلاقة بين عمليه اعادة التدوير وفلسفة التسويق الاخضر لمواجهة الاخطار الضارة المؤثرة على البيئة من اجل تحقيق السلامة

٢- تبني منظمات الاعمال فلسفة التسويق الاخضر باعتماد عملية اعادة التدوير لتصميم وانتاج منتجات بدون مخلفات بدلا من التخلص منها لرفع كفاءة العمليات الانتاجي .

-وضع حلول قابلة لتطبيق عملية اعادة التدوير من اجل تقديم منتجات و سلع الخضر الصديقة للبيئة ودورها في تحقيق سلامة للبيئة والمجتمع

#### رابعاً : فرضيات البحث :

١- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين عملية اعادة التدوير وفلسفة التسويق الاخضر .

٢- وجود اثر معنوي لمتغير اعادة التدوير في تنمية القدرة على التسويق الاخضر .

#### خامساً : أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المعتمدة في البحث :

أ- أدوات جمع البيانات - تم الحصول على البيانات اللازمة للدراسة من خلال الآتي :

١- ما تيسر من المؤلفات والبحوث و عينه من بيانات شركة Oil serv ( البصرة - فرع الرميثة - ميسان - فرع الحلفاية ) في مجال متغيرات البحث .

٢- الاستبانة تم جمع البيانات من خلال استبانة تم توزيعها على عينه عشوائية من ( الفنيين والمهندسين ) في شركة Chinese Oil تضمنت نوعين من المعلومات الأولى تعريفية تتعلق بأفراد عينه البحث والثانية تتعلق بمتغيرات البحث الرئيسية وكما سيظهر في ( الملحق رقم ١ ) ثم تم عرضها على عدد من أساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد جامعهم ميسان وعددهم ثلاث للأخذ برائهم وملاحظاتهم التي تم تعديل الاستبانة على ضوءها حيث تم الاعتماد على مدرج ( ليكرت الخماسي ) والذي يحتوي على خمس عبارات ولكل عبارة وزن يبدأ من ( ١ ) وينتهي ب ( ٥ ) وكما سيظهر في الجدول رقم ( ١ ) الآتي :

جدول ( ١ ) مدرج ليكرت الخماسي

| الدرجة | موافق تماماً | موافق | غير متأكد | غير موافق | غير موافق تماماً |
|--------|--------------|-------|-----------|-----------|------------------|
| الوزن  | ٥            | ٤     | ٣         | ٢         | ١                |

رقم (١) الآتي

جدول (١) مدرج ليكرت الخماسي

| الدرجة | موافق تماماً | موافق | غير متأكد | غير موافق | غير موافق تماماً |
|--------|--------------|-------|-----------|-----------|------------------|
| الوزن  | ٥            | ٤     | ٣         | ٢         | ١                |



|       |   |   |   |   |   |
|-------|---|---|---|---|---|
| الوزن | ٥ | ٤ | ٣ | ٢ | ١ |
|-------|---|---|---|---|---|

## ب - الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

١. الوسط الحسابي : لمعرفة مستوى متغيرات البحث
٢. الانحراف المعياري : لمعرفة درجة تشتت الإجابات المطلق عن الوسط الحسابي .
٣. معامل الاختلاف : لقياس درجة التشتت النسبي لقيم الإجابات عن وسطها الحسابي .
٤. معامل الارتباط ( الاسبيرمان ) لتحديد نوع وقوة العلاقة بين متغيرات البحث ودرجتها
٥. تحليل الانحدار المتعدد : لاختبار مدى تأثير المتغير المستقل في المتغيرات التابع .

**سادسا :** مجتمع وعينه البحث : يتكون مجتمع البحث من عدد من الملاكات الوظيفية المختلفة المستويات في شركة Chinese oil ( فنيين ومهندسين ) حيث إن أعاده التدوير يشمل كافة العاملين بدون استثناء وعلى اختلاف مستوياتهم في العمل واختيرت عينه عشوائية ليتم توزيع الاستبانة عليهم ( ٥٥ ) شخص إلا انه تم استلام ( ٣١ ) استبانة مملوءة

### سابعا : حدود البحث

الحدود السكانية والزمنية : تم إجراء البحث في شركة Chinese Oil واستغرق البحث مدة من ٢٠٢٢/١٢/١٣ للغاية ٢٠٢٣/٤/١٩ شملت توزيع الاستبانة على عينه البحث وجمعها والزيارات الميدانية واخذ صور وتحليل النتائج

### ثامنا : الدراسات السابقة :

١ - الدراسات التي تناولت إعادة التدوير

أ - الدراسات العربية :

: دراسة د . محمد احمد ( اثار البيئية والاقتصادية لبعض المخلفات الصناعية ) :

اهتمت الدراسة بظاهرة التلوث البيئي والآثار البيئية الاقتصادية لبعض المخلفات الصناعية في السودان وأجريت مقارنة مع جمهورية مصر في إعادة تدوير مخلفات الصناعية والهدف من الدراسة هو التعرف على الأسباب التي أدت إلى التلوث والفوائد الاقتصادية والبيئية عند إعادة تدوير المخلفات الصناعية وقد تم استخدام المنهج الوصفي والتحليل المقارن للوصول إلى نتائج تتعلق بوصف ظاهرة التلوث البيئي والعوامل المسببة له مع وضع قيمه اقتصادية للموارد البيئية ومن أهم النتائج هو الفساد الكبير الذي لحق البيئة على مستوى العالم بسبب النشاطات الإنسانية المختلفة والخطئة من أهمها هو زيادة الغازات الخاصة في الدول الصناعية الكبرى مؤدية بذلك إلى تآكل طبقة الأوزون ثم الاحتباس الحراري في ارتفاع درجة حرارة الأرض وذوبان الجليد وارتفاع مستوى سطح البحر

وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بالبيئة كمنفذ للحياة وصيانتها وحفظها وعدم الإسراف في استخدام مواردها غير متجددة وتبني سياسة إعادة تدوير المخلفات الصناعية كمادة خامة للصناعات أخرى في العالم

• خليل ، مظاهر خليل محمد اداره المخلفات الصلبة ( مخلفات المباني والتشييد ) -ولاية الخرطوم جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا . ٢٠١١

مما لا شك فيه أنه رغم ما قدمه العلم والتطور التكنولوجي والثورة الصناعية من منافع للبشرية خلال السنة عام الماضية الا اننا نستطيع أن نقول أن ما قدمه مصار له وأكثر وأكثر ، فالثورة الصناعية التي حفزت على قيام المدن الصناعية بصناعاتها المختلفة الخفيفة والثقيلة منها والابخرة الكثيفة التي ملأت السماء منذ ذاك الوقت ادت الى ثقب طبقة الاوزون التي تحمي من الأشعة الضارة وكان أيضا نتيجة الثورة الصناعية وما تبع ذلك من وجود أنشطة ملازمة في اقطار ذات مناخ معتدل ان تكس الناس في مناطق السكنية الحضرية بكثافة سكانية عالية.

## ب : الدراسة الانكليزية :

• : دراسة تدوير المواد الراسية في صناعة مواد البناء

## Studying settled materials recycling in Building Materials industry

### مقدمة حول صناعة مواد البناء :

تحتل صناعة مواد البناء أهمية كبيرة في الاقتصاد الوطني ، فقد دعا التطور الكبير في حجم بناء المنشآت الصناعية والمباني السكنية والعامة والسياحية والمنشآت المائية والطرق والمواصلات الحديدية إلى استعمال أنواع كثيرة من مواد البناء وبكميات هائلة لم يعرفها القطر من قبل . وهذا يضع إمام المهندسين والعاملين في حقل مواد البناء مشاكل كثيرة ومعقدة يجب حلها باستمرار بشكل يسمح بالحصول على أكبر مردود وبأقل تكلفة ممكنة ، فإذا استعرضناه الإحصائيات التي ترى ان كلفة مواد البناء في المباني السكنية تبلغ ٤٥ % من الكلفة الإجمالية تتضح الأهمية البالغة في تحسين مواصفات مواد البناء ومستوى صناعتها وتقليل كلفتها . ويمكن استعمال مواد البناء بشكل فعال ومناسب عندما يتمتع المهندسين والفنيون والعاملون في حقل مواد البناء بمعرفة جيدة بمواصفات مواد البناء على تنوعها وشروط عملها في مختلف المنشآت الهندسية .

### ٢ - الدراسة المتعلقة بالتسويق الأخضر :

#### أ - الدراسة العربية :

• : دراسة ، ٢٠١١ ، ٥١ ، ( مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال )

هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم التسويق الأخضر وعده من المواضيع الحديثة التي تشكل أهمية لمنظمات الأعمال كونه يسعى للمحافظة على البيئة ويعمل على مزج الاعتبارات البيئية للإدارة وعمليات اتخاذ القرار لتساهم في تحقيق كفاءة أكبر في استخدام الموارد والطاقة والوصول إلى عائد أكبر على الاستثمار نتيجة تخفيض التكاليف الناجمة عن تقليل الهدر والإسراف واستنزاف الموارد وذلك يؤدي إلى منع استعمالها . وتوصلت الدراسة إلى تطبيق أنشطة تتضمن التسويق الأخضر وحماية البيئة وتوفير ثقافة بيئية يقوم بنشرها خارج المنظمة

وذلك لدور التسويق الأخضر في تنمية هذه الثقافة من خلال الاعتماد على تكنولوجيا الإنتاج الأنظف فهو أهم منهج لإدراج البعد البيئي في عمليات الإنتاج الصناعي

• دراسة العربية للتسويق الأخضر : EktaRastogi سنة ٢٠١

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " التسويق الأخضر " نقلة نوعية في التسويق التقليد . توضح الدراسة أن التسويق الأخضر ليوم أصبح أكثر حيوية واستدامة من التسويق التقليدي ، ويسمى أيضا بالتسويق الايكولوجي أو لتسويق البيئي وبشكل منافس قوي للتسويق التقليدي ، ويعتبر من التحديات الكبرى التي تواجه المصنعين والوسطاء والمستهلكين بشكل خاص والمجتمع بشكل عام في ظل عالم يتسم بالتغير .

كما أن المستهلكين اليوم على استعداد لدفع سعر اعلى المنتجات الصحية والاقل ضررا على البيئة . يعتبر التسويق الاخضر من الافضل الاجابات العديد من المشاكل التي تسببها عمليتي الانتاج والتوزيع

**تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي :**

١ -خلق الوعي البيئي

حقيف العملاء بالتسويق الاخضر

٣ - معرفة سبل الاستفادة القصوى من المورد بطريقة فعالة للوصول الى الرخاء الاقتصادي

**ب- الدراسة الانكليزية :** أهمية ودور التسويق الاخضر في زيادة تنافسية ، مع الإشارة إلى تجربة شركة ميور MIURA = The Importance and Role of Green Marketing in دراسة نظرية تحليلية Increasing the competitiveness of Business organizations ; Theoretical and Analytical Study With Reference the Experience of MIURA company

بالبراهيم ، جمال . الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية تهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى محاولة ابراز مدى أهمية ودور التسويق الاخضر في تنمية القدرات التنافسية لمنظمات الأعمال . وباعتبار التسويق الاخضر من المفاهيم الحديثة الممارسة بدأت منظمات الاعمال تتبنى هذا المفهوم في خطوه منها لمواكبة التغيرات الحاصلة في اتجاهات الأسواق خاصة فيما يتعلق بتنامي الوعي البيئي لدى مختلف الاطراف التي تتعامل مع هذه المنظمات من مستهلكين وجمعيات حماية البيئة وحكومات وغيرها ممن يمكن ان يؤثر على مستقبل أنشطتها ولعل هم منظمات الأعمال هو كيفية تسخير مثل هذه الممارسات الجديدة في استغلال الفرص التي تظهر في السوق وتحقيق التميز وتنمية المزايا التنافسية بها بما يخدم التنافسية العامة لها . لذا نجد بعض منظمات الاعمال قد بدأت تجني ثمار تنافسياتها من خلال ممارسات تسويقية خضراء وتبقى شركات أخرى مترددة في تبني التسويق الاخضر نتيجة عدم التأكد من جدوى هذا الأخير في تنميتها وتطوير اعمالها . ومن هنا

ارتئينا ان تقدم هذه الورقة البحثية في خطوة لإبراز العلاقة بين الممارسات التسويقية الخضراء والمزايا التنافسية لمضنات الاعمال ، والتأكيد على هذه العلاقة من خلال عرض حالة شركة ميورا التي استفادت من الممارسات التسويقية الخضراء في تنمية ممارساتها التنافسية

### **الدراسات التي تجمع بين إعادة التدوير والتسويق الأخضر :**

دراسة .إ.د . ثامر البكري- عمان - الأردن . جامعة العلوم التطبيقية الخاصة ( الارتباط بين التسويق الأخضر وإعادة تدوير المخلفات في عمان . الأردن ) تعد فلسفة التسويق الأخضر حقبة معاصره في التعامل بين مختلف الأهداف المتفاعلة في العملية التسويقية فضلا على أنها تمثل المسؤولية المشتركة للمنتجات التي يتم عرضها في السوق وممارسات الحية اليومية وتأثيرها على البيئة ، حيث تمثل عملية إعادة المخلفات الجزء المميز من التطبيق الفعال لمفهوم التسويق الأخضر في سبيل الحد من الاستنزاف والإسراف القاسي للموارد الطبيعية كونها تمثل سلوك تربوي لحماية البيئة من المخلفات التي تعرضها إلى الخطر والبحث يسعى إلى توضيح لمفهوم التسويق الأخضر ليتم التطرق إلى مفهوم إعادة التدوير وما يجب إن تطلبه العملية من جوانب فنية وإدارية لاستكمال تنفيذها قد يتم التركيز على الإبعاد الاستراتيجية المستهدفة من عملية إعادة التدوير وما أهمية القيمة المضافة التي يمكن ان تحققها عند استخدامها في العمليات الإنتاجية وقد يتضمن البحث نظرة مستقبلية تعبر بدقة عن أفاق التأثير التسويق الأخضر وإعادة التدوير على البيئة الطبيعية والمجتمع بصورة عامة

## الإطار النظري للبحث :

### تمهيد.....

يسعى التسويق الأخضر إلى اعتماد عملية إعادة التدوير ونشرها وجعلها كممارسة وثقافة وعمل ما بين أفراد المجتمع ومنظمات الأعمال والشركات الصناعية وهذا يمثل في حقيقته إسناد إلى البيئة الطبيعية وحمايتها لاستمرار حياة الإنسان ينوعية يرتقي بها إلى مستوى أفضل من جانب ، ولمواجهة احتمالات الشحة والتي قد تصل إلى مستوى النضوب في بعض الموارد من جانب آخر

### تناول المطلب الأول :

عملية إعادة التدوير وما تضمنه من مفهوم إعادة التدوير وأهمية إعادة التدوير وأهداف إعادة التدوير والإبعاد الاستراتيجية لعملية إعادة التدوير كذلك التطور التكنولوجي للتدوير وأنواع إعادة التدوير ومعوقات إعادة التدوير إما ما يخص التسويق الأخضر فقد تناول التطور التاريخي للتسويق الأخضر ومفهوم التسويق الأخضر وأهمية التسويق الأخضر وإبعاد التسويق الأخضر وكذلك العوامل المؤثر في التسويق .

### أولا : مفهوم إعادة التدوير :

١- إعادة التدوير : تهدف عملية إعادة التدوير باعتماد أسلوب فلسفة التسويق الأخضر في منظمات الأعمال ( شركات النفطية ونشرها الى جعلها ممارسة ثقافية وعملية ما بين البيئة الاجتماعية والشركات الصناعية النفطية . وهذا يشير في الحقيقة الى تعظيم الآثار الايجابية وتقليل الآثار السلبية في البيئة الطبيعية والاجتماعية وحمايتها لاستمرار حياة الانسان بشكل افضل للوصول الى مستويات يرتقي بها من جانب التصدي لاحتتمالات الشحة في بعض الموارد والتي قد تصل إلى مستويات النضوب في جانب آخر . لقد آثار مفهوم إعادة التدوير إلى ظهور تفسيرات كثيرة . وبشكل عام يمكن تعريف إعادة التدوير من وجهات نظر متعددة حيث يمكن تعريفها حسب النظرة الموجهة على أنها اعاده استخدام المنتج مرة أخرى لذات المنتج أو يدخل كجزء من منتج آخر : ([www.ne.wikiedia.com](http://www.ne.wikiedia.com) كما يمكن ان تعرف من وجهة النظر الشمولية إلى كونها " تحويل السلعة أو المادة المحدودة القيمة الى سلعة أو مادة أخرى ذات فائدة ولتمثل قيمة مضافة حقيقية لعملية الانتاج او الاستخدام او حتى الاستهلاك :

### يتضح من هذا التعريف انه يتضمن الإشارة الى الآتي :

تحويل المواد الى الاجهزة المختلفة الغير صالحة للاستخدام او إعادة الاستخدام بالشكل المقرر لها والتي لا يكون لها قيمة مادية حقيقية والمرسلة الى اماكن الطمر لكي تكون مادة او منتج آخر جديده - المواد المستخدمة في عملية إعادة التدوير في الغالب لا يكون لها قيمة مادية حقيقية قد تكون معدومة ولكن من خلال إعادة التدوير يصبح لها قيمة مضافة حقيقية أو ذات فائدة جديد . -المواد الخارجة في عملية إعادة التدوير يمكن استخدامها لأغراض

عمليات الانتاج الصناعي او الاستخدام لتأدية خدمات معينة وحتى يمكن ان تقدم لاغراض الاستهلاك البشري [www.emagzine.com](http://www.emagzine.com) ) المنتج الاصلي وتعرف عملية إعادة التدوير أو ( الرسكلة ) بأنها : إعادة استخدام المخلفات الشركة لإنتاج منتجات أخرى أقل جودة من

## ٢- أهمية أعاده التدوير :

تكتسب أهمية أعاده التدوير فوائد بيئية واقتصادية واجتماعيه كبيره جدا حيث تعتبر أفضل طريقه على الإطلاق المخلفات والحفاظ على السلامة البيئية لذلك انتهجت كثير من دول العالم المتقدم سياسات أعاده التدوير للتخلص من للتخلص من المخلفات ومن فوائد عملية اعاده التدوير

- المحافظة على تضافه البيئة بالدرجة الأولى من إضرار الطمر وصرف المخلفات أو تركها مكشوفة
- التقليل من تلوث مياه البحار والأنهار والمحيطات جراء استخراج الموارد الطبيعية النفطية الخام التي تهدد الإحياء البحرية .
- المحافظة على نقاء الهواء الجوي من انبعاثات الغازات السامة وثنائي أكسيد الكربون الذي يزيد من مشكله الاحتباس الحراري
- تقليل الطلب على الموارد الخام وبالتالي استمرارها فتره زمنيه أطول
- تحقيق عوائد اقتصاديه وإرباح من الموارد الخام المعاد تدويرها وتقليل نسبة البطالة وتوفير فرص عمل في منظمات الاعمال .
- تقليل استهلاك الموارد الطبيعية الخام من أجل الحفاظ على البيئة وتحقيق مبدأ التنسيه المستدامة للأجيال القادمة. - توفير المبالغ المالية التي كان يتم صرفها على المخلفات وعمليات الطمر . - تقليل عمليات استخراج الخامات النفطية واستنزاف الآبار عن طريق اعاده تدوير المنتجات واستخدامها مره أخرى . ( رانيا سنجد : ٢٠١٨ )

## ٣ : اهداف إعادة التدوير

يتضمن مشروع اعاده التدوير حملة توعويه شاملة يرافقها عملية جمع الموارد الخام القابلة لإعادة التدوير ، وانتاج منتجات رفيقة بالبيئة من مواد المعاد تدويرها . والعمل على تدريب وتنقيف المتخصصين من الفنيين والمهندسين - اصافا الى ذلك التوعية الادارة على التكامل الانشطة الادارية للعمل على انتهاج فكره واسلوب عملية اعاده التدوير المخلفات للوصول الى الأهداف التي تسعى اليها منظمات الاعمال

### يعمل المشروع اعاده التدوير إلى تحقيق أهدافه من خلال اربعة محاور أساسية

- ١- التوعية إقامة محاضرات ارشادية لتوعية الفنيين والمهندسين العاملين في الشركات النفطية وكذلك باعتماد وسائل لأعلام المختلفة
- ٢- جمع الموارد الخام القابلة لإعادة التدوير : يتم جمع الموارد الخام من خلال اتباع اسلوب الجمع من مصادرها الأصلية المشتقة من الآبار النفطية

٣- انتاج وبيع الموارد الخام المعاد تدويرها : كتشجيع الشركات الصناعية النفطية على استخدام الموارد والمعاد تدويرها ، اما استخدام الموارد المصنوعة من الموارد المعاد تدويره .

٤- التدريب : تعمل الشركات الصناعية النفطية في مشروع عملية اعادة التدوير على تنظيم ورش عمل لتدريب وتنقيف الفنيين والمهندسين وتنظيم زيارات تثقيفية من اجل تحقيق وتنفيذ عملية اعادة التدوير بالشكل المطلوب . ( نافذه البيئة والتنمية الإخبارية )

## المطلب الثاني :

### أ ( الإبعاد الاستراتيجية لعملية أعاده التدوير

يقصد بالإبعاد الاستراتيجية هو حجم التأثير الايجابي الذي تخلقه عملية أعاده التدوير

#### ١- توفير في الطاقة provision of energy

من الواضح أن كثير من الشركات الصناعية النفطية تقوم في استثمار مشاريع أعاده التدوير هو بحقيقته استثمار في الطاقة لكونها توفر الوقت والكلفة والجهد في كيفية إعداد الموارد الطبيعية الخام اللازمة في عملية الإنتاج . وبالتالي عندما تأتي الموارد المعاد تدويرها كبديل عن الموارد الخام وباختلاف نسبتها إلى كميته الموارد بالمنتج الجديد فإنها تعني تخفيض وتوفير الطاقة للشركات النفطية

٢ - **الحفاظ على الموارد الطبيعية conservation of natural besource** تعتمد الشركات الصناعية النفطية على الموارد الطبيعية المتاحة في البيئة وهذه الموارد سوف تتعرض إلى نضوب في الزمن القادم - جراء الاستهلاك الكبير في الصناعات النفطية وحجم الإنتاج الذي قد يزيد عن الحاجة الفعلية للسكان . وبالتالي فإن هذه الموارد الطبيعية سوف نستهلك بشكل كبير وتنتهي اجلا أم عاجلا إن لم يتم أعاده تدويرها ما تم استخدامه من تلك الموارد لكي يتم استفاد المتبقي منها ويظهر الخطر بشكل كبير في الاستهلاك المفرط للموارد الطبيعية الخام لكون هذه الموارد قابله للنفاذ ولا تستمر لفترة زمنية أطول . ( [www.greenliring.lovetoknow.com](http://www.greenliring.lovetoknow.com) )

٣ - **حماية البيئة Environmental protection** تعتبر حماية البيئة احد أهم الإبعاد الاستراتيجية والأساسية التي تعتمد عليها عملية أعاده التدوير لارتباطها بجوهر مفهوم التسويق الأخضر وتكمن قيمه هذا البعد في العمل على تقليل وتخفيض الآثار السلبية المحيطة في البيئة التي تحدثها الموارد في حال تركت سانيه في الطبيعة دون معالجتها حيث يمكن أن تتسرب هذه الموارد الخطرة التي تحتويها مخلفات الشركات النفطية إذا مآتم إجراء عملية الطمر الصحي عليها وهذا بحد ذاته يمكن ان يحدث تلوث في البيه الطبيعية وتأثير انعكاس ذلك على البيئة الاجتماعية

٤ - **البعد الاقتصادي Economical dimehslo** تعد فرصة تنافسية للشركات الصناعية النفطية في الحصول على مخلفات الموارد فيما لو كانت موارد طبيعية أو جديدة وهذا ما يجعلها بقدره أفضل في تخفيض التكاليف وبالتالي فإن هذا العملية تعكس ايجابيا اتجاه الشركات النفطية من ناحية الأرباح المنتجة المتحققة من هذه العملية يمكن أن تدر أرباحا للشركات النفطية والوصول إلى أهدافها الرئيسية تعتبر عملية أعاده التدوير فرصه مناسبة لتشغيل ايدي عامله ماهرة في الشركات النفطية تحصل الشركات النفطية على عوائد كبيره من خلال هذه العملية حتى وان كانت هذه الموارد المعاد تدويرها بسيطة بدل من رميها كمخلفات تعد عملية أعاده التدوير فرصه استثماريه قليله التكلفة والمخاطرة في منضماات الأعمال

٥- **البعد الاجتماعي Social & Educational dimension** حيث ان هذا البعد يعبر عن الشعور المسئول اتجاه الشركات الصناعية النفطية في تسهيل عمل هذه الشركات المسئولة عن حماية البيئة والحفاظ عليها من التلوث فضلا عن كون هذا العمل سيعود بالنفع المباشر أو غير المباشر على الشركات التي تحسب مسئولية المواطن وهذا العمل يحفز القادة الإداريين على وضع خطط استراتيجية للمساهمة بشكل كبير لإنجاح عمله أعاده التدوير وما يمكن تحقيق ذلك من نتائج ايجابية على البيئة الطبيعية والاجتماعية وانعكاس ذلك أيضا على الواقع الصحي للمواطن على اعتبار ذلك سوف يحد من انتشار الأمراض وانتقالها في البيئة النظيفة ، ( makower p . Croston ٢٠٠٩، ٢٠٠٩، ٢٠٠٩، ٤٠٠ )

### **( ب ) التدوير والتطور التكنولوجي :**

نتيجة التطور والتقدم العلمي الذي يشهده العالم العربي في وقتنا الحالي برزت الحاجة إلى استخدام تكنولوجيا الكترونية متطورة واسعة الاستعمال في شتى المجالات فضلا عن أهمية استخدامها تعتبر التكنولوجيا سلاح ذو حدين مق وله قديمة ترسم سياسات مختلفة الأوجه وذلك لتأثير التكنولوجيا في البيئة الاجتماعية وبالخصوص في حياة الإنسان سوى كان ذلك بالإيجاب أو بالسلب وهي مقوله تحسب أيضا على تأثير التطور العلمي الذي وصل لهو العالم على البيئة حفاظا عليها وتدميرا لها وقد جاء ذاك مع احتفال العالم باليوم العلمي للبيئة في الخامس من يونيو على المجتمع تقديم الشكر للتكنولوجيا ودورها الفعال في الحفاظ على البيئة وحمايتها من الآثار السلبية المحتملة . ولكن في الوقت ذاته تم انتقادها لأثرها الملوث على البيئة والمدمر لها ، لما تحتويه تلك الأجهزة على مواد كيميائية شديدة الخطورة على سلامة البيئة . ولعل ابرز الأدوار الايجابية التي تقدمها التكنولوجيا في عملها الحفاظ على البيئة وحمايتها من التلوث واستخدامها في عمله أعاده تدوير المخلفات واستغلالها مره أخرى كبديل أساسي للموارد الخام أو في إنتاج الطاقة البديلة ( www.skynewsarabia com )

### **( ج ) أهم أنواع أعاده التدوير :**

عندما يكون المنتج مركب من عدة مواد سهله التفكيك والاستعمال ، يمكننا جمعها على سبيل المثال :

- أعاده تدوير القوارير الزجاجية والمعدنية لصناعات أخرى جديدة .
- أعاده تدوير الورق والكرتون ( من مجلات وجرائد ... ) لصناعه ورق وكرتون أخر .
- اعاده تدوير المواد النسيجية والالبسة .
- أعاده تدوير إطارات السيارات الغير قابله للاستعمال لتحويلها إلى مواد مطاطية أخرى .
- اعاده تدوير مواد الألمنيوم إلى ورق المنيوم للتغليف ، بعض قطع السيارات .
- أعاده تدوير الفولاذ إلى بعض مركبات السيارات ، والأدوات ، كذلك تغليب العبوات
- اعاده تدوير المواد البلاستيكية إلى مواد تغليب ، أكياس ، بعض أنواع الملابس ، ألعاب ، مواد منزليه
- أعاده تدوير سياه الصرف الصحي إلى مياه صالحه بفضل محطات تطهير وتنقيه المياه .



٧- هناك العديد من المعوقات التي تواجه عملية إعادة التدوير في المنظمات الشركات الصناعية النفطية والتي تؤثر سلبا على عملية أعاده التدوير يمكن تلخيصها بالاتي :

#### ١ - المحددات المعلوماتية -

من المحددات العوائق الرئيسية التي تؤثر سلبا على عملية إعادة التدوير عدم توفر المعلومات والخبرات اللازمة بالرغم من الإمكانيات والفوائد المتوقعة من تطبيق ذلك المنهج لتحسين المزايا التنافسية للمنظمات الصناعية ، إلا انه في كثير من الحالات لا يمكن استغلال هذه الفرص بسبب نقص المعلومات الأمر الذي قد يؤدي لنقص المعلومات عن التكنولوجيا نظيفة في خلق إحساس بالمخاطرة في تطبيق هذه التكنولوجيا والشك اتجاهها

#### ٢ - المحددات الإدارية -

قد يكون بعض صانعي القرار غير معتادين على الاستراتيجيات الوقائية وقد يرجع ذلك إلى النظم التشريعية ( وخصوصا المواصفات التكنولوجية ) التي تميل في الغالب نحو حلول وهذه الحلول قد تؤدي أحيانا إلى نقل التلوث من وسط إلى آخر ويمكن إن تبطئ بالفعل إدخال التحسينات التكنولوجية في الصناعة ، وزيادة على ذلك فإن الشك العام أو عدم اليقين الذي قد يكون موجودا في محيط الأعمال قد يثني عزم متخذي القرار على تبني أساليب مبتكرة ( ٢٤ - p : ٢٠٠٢ : patacioni )

#### ٣ - المحددات المالية -

بالرغم من الإمكانيات والفوائد الممكنة للإنتاج الأنظف من ناحية تحقيق وقورات كبيره إلا إن منع التلوث بالمنظمات تعترضه عوائق حقيقية أو معقدة فيما يتعلق بالتمويل الداخلي . فإن عنصر المخاطرة والشك في أداة بعض التكنولوجيات وممارسة الإدارة يمكن إن تسبب في إحجام المنظمات الصناعية عن الاستثمار في الإنتاج الأنظف

أ- أن عدم فهم وصعوبة التكهن بالتكيف التي تتحملها المنظمة مستقبلا ( مثل تكاليف التخلص من النفايات ) .

ب- التركيز على الفائدة المتحققة على المدى القصير وتأثير ذلك على الإحجام عن الاستثمار يكون زمن الاسترداد فيه طويل

ت - الإحساس بالمخاطرة عند استثمار في تعديل الإنتاجية حيث قد لا يأتي بالنتائج المرجوة بالنسبة للمنشآت التي تستخدم تكنولوجيا تقليدية . ( ٧ p : ٢٠٠٥ : mamery and others )

#### ٤ - المحددات الفنية :

تفتقر المنظمات إلى المعرفة الفنية لتقييم أوجه القصور الموجود في المنظمات القائمة لتحديد الممارسات التي تهدر الموارد وفرص التطور والتحسين وقد لا يكون لديها أيضا التكنولوجيا المطلوبة لتنفيذ الإنتاج الأنظف ، وهذه المشكلة تكون أكثر وضوحا في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تفتقر إلى الموارد الفنية والمالية المتاحة للمنظمات الكبيرة.

### الفرع الثاني : ثانيا : التسويق الأخضر :

١ - التطور التاريخي لمفهوم للتسويق الأخضر : منذ مطلع الستينات من القرن الماضي بدا العالم يبدي انزعاجا وقلقا بالغا حول بعض القضايا البيئية مثل التلوث واستنزاف مصادر الطاقة ، واخذ هذا القلق بالتزايد بشكل كبير مع مطلع السبعينات ، حيث برزت إلى السطح بعض القضايا المعقدة مثل التغير المناخ العالمي ، تزايد استنزاف الموارد الطبيعية ، تلوث الهواء الناجم عن الغازات العادمة ، تلف البيئة الطبيعية نتيجة عوادم ومخلفات الصناعة ، قطع الأشجار من الغابات وتقلص المساحات الخضراء ، تلف طبقة الأوزون في الغلاف الجوي وتسرب المواد السامة وقتل النشاط الحيوي وإنتاج وتسويق سلع ضارة بالبيئة والإنسان فظلا عن تعامل الإنسان مع البيئة . ( كوتلر وآخرون : ١٢١ : ٢٠٠٢ ) .

ونتيجة لهذه التطورات العالمية فقد برزت جمعيات وهيئات مختلفة من العالم تنادي بالمحافظة على البيئة لجعلها مكانا آمنا للعيش لأجيال الحاضر والمستقبل حيث قامت الحكومات والهيئات الرسمية المختلفة بسن التشريعات واتخاذ الإجراءات المناسبة للمحافظة على البيئة وعلى مواردها الطبيعية وقد صدرت العديد من القوانين والتشريعات العديدة في هذا الصدد . وعلى ضوء هذه التطورات العالمية بدأت العديد من منظمات الأعمال بإعادة النظر بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية في ممارساتها التسويقية ومن هنا بدا الاهتمام بنمط جديد في التسويق عرف بالتسويق الأخضر كمنهج تسويقي يقدم الحلول لتلك الآثار الاجتماعية والبيئية لسلبية ويتمحور حول الالتزام القوي بالمسؤولية البيئية في ممارسة الأنشطة التسويقية ( أبو رجب وآخرون : ٢٠١١ - ٤ )

## ٢ - مفهوم التسويق الأخضر :

يعتبر التسويق الأخضر في عالمنا المعاصر هو بمثابة عملية إبداعية فكرية وممارسات ابتكارية في التواصل مع المستهلكين وبناء علاقات بعيدة الأمد حتى أصبح المستهلك اليوم جزء مشارك ومصمم في العملية التسويقية ، وقد وضع الباحثون والكتاب في علم الإدارة عموما والتسويق خاصة مفاهيم عدة للتسويق الأخضر وكما يأتي : فقد عرف ( kotler and Armstrong ) التسويق الأخضر : الحركة التي تتجه نحو قيام الشركات بتطوير منتجات مسؤولية بيئية . ( kotler and Armstrong ١٩٩٦ : p٩٣ )

وأشار ( charter and polonsky ) بان التسويق الأخضر هو عملية تسويق أو ترويج منتجات معتمدة على أدائها البيئي إي غير مضره بالبيئة ( نجم : ٢٣٨ : ٢٠٠٨ )

- وتناول ( Stanton etal ) التسويق الأخضر بأنه إي نشاط تسويقي خاص بمنظمة معينة يهدف إلى خلق تأثير ايجابي أو إزالة تأثير سلبي لمنتج معين على البيئة ( Stanton etal : ١٩٩٧ : p١٥ )

وعرف ( البكري ) التسويق الأخضر على انه عملية تطوير وتسعير وترويج منتجات لالتحق إي ضرر بالبيئة الطبيعية ( البكري : ٢٠٠٦ ص ٢٥٢ )

بين كل من ( pride and Ferrell ) إن التسويق الأخضر هو عملية تطوير وتسعير وترويج منتجات لالتحق إي ضرر بالبيئة الطبيعية ( البكري والنوري ٢٠٠٧ : ص ١٠٣ )

ونلاحظ من خلال التعارف أعلاه تشترك بخصائص مشتركة منها :

١- إن التسويق الأخضر هو نشاط موجه خاص بمنتجات خاليه من إي ضرر بيئي

٢- أنها عملية تطوير وتسعير وترويج لمنتجات مستمرة وعلى اتصال دائم بالبيئة المحيطة بها .

٣- خلق بيئة ايجابية خاليه من إي ضرر وتلوث للمجتمع والبيئة الطبيعية.

## ٢- أهمية التسويق الأخضر :

بعد ان اخذ الوعي البيئي في التصاعد في الدول المتقدمة استلزم ذلك من الشركات النفطية تدعيم ثقافتها التنظيمية واستراتيجياتها بالتوجه البيئي ، وتضمنين المواقف الودودة بينيا عوضا عن السعي من أجل تطوير المنتجات الخضراء وحدها .وكما أشار كل من ( ١٩٩٨, ٢٦٦, gohri & Sanask montva )

إلا إن هناك العديد من الشركات الان تعد التوجه البيئي طويلة الأمد بدلا عدة وسيلة لكسب على المدى القصير وتعد المسؤولية مقياسا لكفاءة النشاط التجاري مفادها ما ينضر إلى الشركات التي تملك سجلات تتعلق بالبيئة على أنها ذات إدارة جيدة وملتزمة على المدى الطويل ( عبد الرضا فرج ٢٠٠٨ : ٣٠ : ٨٩ )

من مزايا المترتبة عن تبني المنظمات لمفهوم التسويق الأخضر ما يلي ( صالحى ٢٠١٢-٥ : ٦ :

١- إرضاء حاجات المالكين :

من المتوقع إن يفتح منهج التسويق الأخضر أفاق جديدة وفرص تسويقية مغريه إمام المنظمات التي تمارسه ، وبالتالي تحقيق زيادة تنافسيه مما يكسب المنظمة أرباحا اعلى فضلا عن اكتساب سمعه جيدة في المجتمع وتلبية حاجات المالكين

٢- تحقيق الأمان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات : إن التركيز على إنتاج سلعه آمنه وصديقه للبيئة يدفع بالمنظمة لرفع كفاءة عملياتها الإنتاجية ، بحيث تخفض من مستويات التلف والتلوث البيئي الناجم عن تلك فضلا عن تجنب الملاحقات القانونية المؤدية إلى دفع تعويضات للمتضررين وأثاره منظمات البيئة وحماية المستهلك .

٣- تحقيق القبول الاجتماعي للمنظمة : يساعد الالتزام البيئي للمنظمة على كسب التأييد الاجتماعي لها وعلى توطيد علاقاتها مع عملائها الحاليين وكسب عملاء جدد في المستقبل

٤- ديمومة الأنشطة :

إن تجتنب المنظمة الخضراء الملاحقات القانونية وتأييد المجتمع لها بسبب القبول العام لأهدافها وفلسفتها يمكنها من الاستمرار في تقديم منتجاتها الصديقة للبيئة ودعم عملياتها وأنشطتها التجارية . وأحيانا يطلق على التسويق الأخضر ، بالتسويق النظيف أو التسويق البيئي ويسمى بذلك لأنه يعمل على توصيل المنتج النهائي للمستهلك بشكل منتج بيئي نضيف خالي من التلوث أو الخداع أو الغش ، ودفعه إن يتحول التسويق من علم هادف للربح إلى علم يساعد الناس في اتخاذ قرارات شرائية قائمة على رسالة تسويقية هادفة بعيدة عن الاستغلال

### ٣-العوامل المؤثرة فى التسويق الأخضر :

حدد ( peter ) مجموعه من العوامل التي تؤثر على عمليه إدراك المستهلك على المنتجات الخضراء

١- مكونات المنتج : تشمل كميته المواد الخام المستخدمة في الإنتاج ومدى استخداماتها وأمانها وفعاليتها في توفير الطاقة وقبول المجتمع لها

٢- الغرض من المنتج : لابد ان يكون الغرض الذي يسعى المنتج إلى تحقيقه في المجتمع وإشباع حاجات ورغبات المستهلكين دون ان يعرض حياتهم للخطر .

٣- نتائج استخدام المنتج وسوء استخدامه : يجب أن تستعمل الشركات منظمات الأعمال ( الشركات النفطية ) مسؤولياتها في ضمان استخدام المنتج بأسلوب صحيح من قبل المستهلكين

٤- متانة المنتج : ان عمر المنتج الافتراضي يعتبر من العوامل الهامة التي تشغل فكر المستهلك وتؤثر على إدراكه للمنتج الأخضر سوى كان ذلك من الناحية البيئية أو الاقتصادية .

٥-مكان صنع المنتج : إذا كانت الشركات النفطية تابعة لدول تشتهر بجوده فنيه مرتفعة فان ذلك يساعدها على إضافة البعد البيئي لمنتجاتها وإدراكها للمستهلكين بسهولة

### الفرع الأول : ابعاد التسويق الأخضر :

يستند تطبيق منهج التسويق الأخضر إلى أربعة إبعاد رئيسية تشمل ( ٦ . p : www.tahasoft.c om ) إلغاء مفهوم النفايات او ( تقليلها ) : القد تغير المفهوم التقليدي في التعامل مع النفايات وبقايا الصناعة ضمن التسويق الأخضر ، حيث أصبح التركيز على تصميم وإنتاج سلع بدون نفايات ( أو بالحد الأدنى ) بدلا من التخلص منها ذلك من خلال رفع عمليات الإنتاجية إي إن المهم هو ليس ما يجب إن ما نفعله بالنفايات بل كيف تنتج سلعا بدون نفايات . ١- إعادة تشكيل مفهوم المنتج : يتمثل في مواكبة التطور لتكنولوجيا الإنتاج ، لمفهوم الالتزام البيئي ، بحث يعتمد الإنتاج بشكل كبير على مواد خام غير ضارة بالبيئة واستهلاك الحد الأدنى منها ، فضلا عن ضرورة تدوير المنتجات نفسها . بعد انتهاء المستهلك من استخدامها خاصة المعمرة منا لتعود إلى مصنعها بالنهاية حيث يمكن تفكيكها وإعادتها إلى صناعة مرة أخرى ( ضمن حلقة مغلقة ) ، إما التغليف فيعتمد على مواد صديقة للبيئة وقابلة للتدوير .

٢- وضوح العلاقة بين السعر والتكلفة : يجب إن يعكس سعر المنتج تكلفته الحقيقية أو يكون قريبا منها ، وهذا يعني سعر السلعة ( التكلفة الحقيقية على المستهلك يجب إن يوازي القيمة التي يحصل عليها من السلعة بما في ذلك القيمة المضافة الناجمة عن كون المنتج اخضر .

٣- جعل التوجه البيئي مربحا : لقد أدركت العديد من المنظمات ان التسويق الأخضر يشكل فرصة سوقية قد تمنح المنظمة ميزة تنافسية ولربما مستدامة ، في الواقع ان معظم المنظمات تتنافس في السوق لتحقيق الكسب السريع ، بغض النظر عن الآثار السلبية على البيئة ٦.p:www.tahasoft.com ( J )

### المبحث الثالث

#### نتائج البحث الميداني واختبار الفرضيات

#### قياس متغيرات الدراسة في شركة ( Oil serv and petro chine )

#### تمهيد.....

تناول المبحث الثالث اهم الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف لفقرات اعادة التدوير وفقرات التسويق الأخضر وكذلك تناول هذا المبحث تحليل الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث ( الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف لفقرات أعاده التدوير وفقرات التسويق الأخضر )

#### الجانب التطبيقي

#### أولا : وصف عينة البحث

يوضح الجدول ( ٢ ) توزيع أفراد العينة على وفق الجنس إذ بلغ عدد الذكور ( ٣١ ) فردا أي بنسبة ( ٧٤ % ) من العدد الكلي لعينة البحث ، ويلاحظ من نتائج إجابات العينة أن نسبة الذكور كانت ( ١٠٠ % ) . ويلاحظ من الجدول ( ٢ ) أن الفئة العمرية ( ٣١-٤١ ) سنة أعلى فئة عمرية وتضم ( ٢١ ) فرادا من إجمالي عدد أفراد العينة ، إذ تمثل ( ٥٠ % ) من عينة البحث . وان أعلى نسبة ممن يمتلكون تحصيل دراسي من بين عينة الدراسة هم البكالوريوس وتتألف ( ٣٣ % ) . وان الفئة الأعلى في عدد سنوات الخدمة هي ( ٦-١٠ ) التي شكلت نسبة ( ٥٥ % ) .

الجدول ( ٢ ) التوزيع التكراري والنسب المئوية للأفراد المبحوثين حسب ( الجنس والعمر والتحصيل الدراسي وعدد سنوات الخدمة الإجمالي )

| المتغير          | الفئة      | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|------------|---------|----------------|
| الجنس            | ذكور       | ٣١      | %١٠٠           |
|                  | أناث       | -       | -              |
|                  | المجموع    | ٣١      | %١٠٠           |
| العمر            | ٣٠ فأقل    | ٤       | %١٣            |
|                  | ٣١-٤٠      | ٢       | %٦             |
|                  | ٤١-٥٠      | ١٢      | %٣٩            |
|                  | ٥١ فأكثر   | ١٣      | %٤٢            |
|                  | المجموع    | ٣١      | %١٠٠           |
| التحصيل العلمي   | دكتوراه    | ١       | %٠,٣١          |
|                  | ماجستير    | ٣       | %١٠            |
|                  | بكالوريوس  | ١٤      | %٤٦            |
|                  | اعدادية    | ٦       | %٢٢            |
|                  | دبلوم      | ٦       | %٢٢            |
|                  | دبلوم عالي | ١       | %٠,٣١          |
|                  | المجموع    | ٣١      | %١٠٠           |
| عدد سنوات الخدمة | ١-٥        | ٢       | %٧             |
|                  | ٦-١٠       | ١٠      | %٣٢            |
|                  | ١١-١٥      | ٧       | %٢٣            |
|                  | ١٦-٢٠      | ٥       | %١٦            |
|                  | ٢١ فأكثر   | ٧       | %٢٢            |
|                  | المجموع    | ٣١      | %١٠٠           |

المصدر : من إعداد الباحثون

التوزيع التكراري ، والوسط الحسابي والانحراف المعياري ، لعملية اعادة التدوير جدول رقم ... ( ٣ )

| الانحراف<br>المعياري | الوسط<br>الحسابي | غير موافق على<br>الاطلاق |         | غير موافق |         | محايد |         | موافق |         | موافق تماما |         | تسلسل<br>الاسئلة |
|----------------------|------------------|--------------------------|---------|-----------|---------|-------|---------|-------|---------|-------------|---------|------------------|
|                      |                  | %                        | التكرار | %         | التكرار | %     | التكرار | %     | التكرار | %           | التكرار |                  |
| ١.٠٢٩                | ٤.٣١             | ٣.١                      | ١       | ٣.١       | ١       | ١٢.٥  | ٤       | ٢١.٩  | ٧       | ٥٩.٤        | ١٩      | X١               |
| ٠.٧٦                 | ٤.٥٠             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٠       | ١٥.٦  | ٥       | ١٨.٨  | ٦       | ٦٥.٦        | ٢١      | ٢X               |
| -٩٣                  | ٤.٣١             | ٠                        | ٠       | ٠         | ١       | ١٢.٥  | ٤       | ٣١.٣  | ١٠      | ٥٣.١        | ١٧      | ٣X               |
| ١.١٨                 | ٤.٠٦             | ٠                        | ٠       | ٠         | ١       | ١٥.٥  | ٥       | ٣٤.٤  | ١١      | ٤٦.٩        | ١٥      | ٤X               |
| -٦٥                  | ٤.٢١             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٠       | ١٢.٥  | ٤       | ٥٣.١  | ١٧      | ٣٤.٤        | ١١      | ٥X               |
| -٧٧                  | ٤.٢٨             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٠       | ١٨.٨  | ٦       | ٣٤.٤  | ١١      | ٤٦.٩        | ١٥      | ٦X               |
| .٤٩                  | ٤.٥٩             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٠       | ٠     | ٠       | ٤٠.٦  | ١٣      | ٥٩.٤        | ١٩      | ٧X               |
| ١.١٢                 | ٤.١٢             | ٦.٣                      | ٢       | ٦.٣       | ١       | ٩.٤   | ٣       | ٣٤.٤  | ١١      | ٤٦.٩        | ١٥      | ٨X               |
| ١.٠٢                 | ٤.١٨             | ٣.١                      | ١       | ٣.١       | ١       | ١٥.٦  | ٥       | ٢٨.١  | ٩       | ٥٠.٠        | ١٦      | ٩X               |
| -٩٩                  | ٤.٠٩             | ٣.١                      | ١       | ٣.١       | ١       | ١٥.٦  | ٥       | ٣٧.٥  | ١٢      | ٤٠.٦        | ١٣      | X١٠              |
| ١.٠٥                 | ٤.١٥             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٤       | ٩.٤   | ٣       | ٢٨.١  | ٩       | ٥٠.٠        | ١٦      | X١١              |
| -٦١                  | ٤.٤٣             | ٠                        | ٠       | ٠         | ٠       | ٦.٣   | ٢       | ٤٣.٨  | ١٤      | ٥٠.٠        | ١٦      | X١٢              |

|     |    |     |    |     |   |     |   |   |   |   |      |     |
|-----|----|-----|----|-----|---|-----|---|---|---|---|------|-----|
| X13 | ١٩ | ٥٩. | ١١ | ٣٤. | ٢ | ٦.٣ | ٠ | ٠ | ٠ | ٠ | ٤.٥٣ | -٦٢ |
|     |    | ٤   |    | ٤   |   |     |   |   |   |   |      |     |

١. يتضح من خلال الجدول رقم ( ٣ ) أن مقياس الاستجابة أتفق تماما إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( X٢ ) والتي تنص على انه " يعمل التقنيون في المنظمة على تخفيض تكاليف استهلاك الطاقة لتقليص حجم التلوث البيئي " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤.٥٠ ) وانحراف معياري ( ٠.٧٦ ) على التوالي للإجابات والتي بلغت ( ٦٥.٦ من ٢١ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X٥ ) والتي تنص على " تحرص المنظمة على انتاج الحاجة الفعلية للسكان لتقليل من استنزاف المواد الطبيعية " ويدل على ذلك وسط حسابي ( ٤.٢١ ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠.٦٥ ) وعلى التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة .

٢- يتضح من خلال الجدول رقم ( ٣ ) أن مقياس الاستجابة أتفق إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( X٥ ) والتي تنص على " تحرص المنظمة على انتاج الحاجة الفعلية للسكان لتقليل من استنزاف المواد الطبيعية " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤.٢١ ) وانحراف معياري ( ٠.٦٥ ) على التوالي للإجابات والتي بلغت ( ٥٣.١ من ١٧ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه النقرة من قبل أفراد عينة الدراسة ، في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X٢ ) والتي تنص على " يعمل التقنيون في المنظمة على تخفيض تكاليف استهلاك الطاقة لتقليص حجم التلوث البيئي " ويدل على ذلك وسط حسابي ( ٤.٥٠ ) و انحراف معياري يبلغ ( ٠.٧٦ ) على التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة

٣. يتضح من خلال الجدول رقم ( ٣ ) أن مقياس الاستجابة أتفق إلى حد ما إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في أعناء هذا البعد هي ( X٦ ) والتي تنص على انه " تتجنب المنظمة الاستهلاك الكبير للنفط ومشتقاته لان هذه المادة قابلة للنفاذ " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤.٢٨ ) وانحراف معياري ( ٠.٧٧ ) على التوالي للإجابات والتي بلغت ( ١٨ ، ٨ من ٦ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة . في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في أعناء هذا البعد هي ( X١٢ ) والتي تنص على " أرى أن عملية إعادة التدوير تنمي الشعور المسؤول للمواطن في تسهيل عمل الشركات والمؤسسات المسؤولة عن حماية البيئة والفقرة ( X١٣ ) والتي تنص على " تحرص المنظمة على توعية العاملين والمواطنين على أهمية عملية إعادة التدوير " ويدل على ذلك وسط حسابي على التوالي ( ٤.٤٣ ) ( ٤.٥٣ ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠.٦١ ) ( ٠.٦٢ ) وعلى التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة

٤. يتضح من خلال الجدول رقم ( ٣ ) أن مقياس الاستجابة لا أتفق إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في أعناء هذا البعد هي ( X١١ ) والتي ينص على " أرى إن عملية إعادة التدوير توفر فرصة مناسبة لتشغيل ايدي عاملة غير ماهرة في هذه المنظمة " ويدعمها بذلك وسط حسابي ( ٤.١٥ ) وانحراف معياري ( ١.٥ ) للإجابات والتي بلغت ( ١٢.٥ من ؛ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفترة من قبل أفراد عينة الدراسة . في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في أعناء هذا البعد هي ( X٢ ) على " يعمل التقنيون في المنظمة على تخفيض تكاليف استهلاك الطاقة لتقليص حجم التلوث البيئي " ، ( X٥ ) " تحرص المنظمة على إنتاج الحاجة الفعلية للسكان لتقليل من استنزاف المواد الطبيعية " ، ( X٦ ) " تتجنب المنظمة الاستهلاك الكبير للنفط ومشتقاته لان هذه المادة قابلة للنفاذ " ، ( X٧ ) " تعمل المنظمة على تقليل التأثيرات السالبة التي يمكن ان تحدثهاها المواد اذا ما تركت سائبه في الطبيعة ، ( X١٢ ) " أرى إن عملية إعادة التدوير تنمي الشعور المسؤول للمواطن في تسهيل عمل الشركات والمؤسسات المسؤولة عن حماية البيئة " ، ( X١٣ ) " تحرص المنظمة على توعية العاملين والمواطنين على أهمية عملية إعادة التدوير ويدل على ذلك وسط حسابي على التوالي ( ٤.٥٠ ) ،



٤٩,٠٠٧٦ ، ٠٠٧٧ ، ٠٠٦٥ ، ٠٠٧٦ ، ٤٠٥٣ ، ٤٠٤٣ ، ٤٠٥٩ ، ٢٨,٤ ، ٤٠٢١ ، ٠٠٦٢ ، ٠٠٦١ ، ٠٠٠٠ ، على التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة .

٥. يتضح من خلال الجدول رقم ( ٣ ) أن مقياس الاستجابة لا أتفق تماما إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد ( X٨ ) التي تنص على " توجد لدى المنظمة أماكن طمر للمواد الضارة " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤,١٢ ) على التوالي وانحراف معياري ( ١,١٢ ) التي بلغت ( ٦.٣ من ٢ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة . في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X٢ ) " يعمل التقنيون في المنظمة على تخفيض تكاليف استهلاك الطاقة لتقليل حجم التلوث البيئي " ( X٣ ) " أرى أن المنظمة تقلل من الاستهلاك المفرط للأوكسجين النقي في الجو وبما يؤثر على سلامة البيئة الطبيعية وتلوث الهواء " ( X٤ ) " تستخدم المنظمة الطاقة النظيفة والمنتجة من قوة الرياح أو الشمس " ( X٥ ) " تحرص المنظمة على إنتاج الحاجة الفعلية للسكان لتقليل من استنزاف المواد الطبيعية " ( X٦ ) " تتجنب المنظمة الاستهلاك الكبير للنفط ومشتقاته لان هذه المادة قابلة للنفاذ " ( X١١ ) " أرى أن عملية إعادة التدوير توفر فرصة مناسبة لتشغيل ايدي عاملة غير ماهرة في هذه المنظمة " ( X١٢ ) " أرى أن عملية إعادة التدوير تنمي الشعور المسئول للمواطن في تسهيل عمل الشركات والمؤسسات المسئولة عن حماية البيئة " ( X١٣ ) " تحرص المنظمة على نوعية العاملين والمواطنين على أهمية عملية إعادة التدوير والتي تنص على ويدل على ذلك وسط حسابي ( ٤,٥٠ ، ٤,٣١ ، ٤,٠٦ ، ٤,٢١ ، ٢٨,٤ ، ٤,٥٩ ، ٤,١٥ ، ٤,٤٣ ، ٤,٥٣ ، ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠,٧٦ ، ٠,٠٠ ، ٩٣ ، ١,١٨ ، ٠,٦٥ ، ٠,٤٩ ، ٧٧,٠ ، ١,٠٥ ، ٠,٦١ ، ٠,٦٢ ) وعلى التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفترة من قبل أفراد عينة الدراسة

#### الجدول ( ٤ )

التوزيع التكراري ، والوسط الحسابي والانحراف المعياري ، التسويق الاخضر

| تسلسل الاسئلة | موافق تماما |      | موافق   |   | محايد   |   | غير موافق |   | غير موافق على الاطلاق |   | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---------------|-------------|------|---------|---|---------|---|-----------|---|-----------------------|---|---------------|-------------------|
|               | التكرار     | %    | التكرار | % | التكرار | % | التكرار   | % | التكرار               | % |               |                   |
| X١٤           | ١٢          | ٣٧.٥ | ١       | ٦ | ٣       |   | ١         |   | ٠                     |   |               |                   |
| X١٥           | ١٣          | ٤٠.٦ | ١       | ٨ | ١       |   | ٠         |   | ٠                     |   |               |                   |
| X١٦           | ١٩          | ٥٩.٤ | ١       | ٢ | ١       |   | ٠         |   | ٠                     |   |               |                   |

|     |    |      |   |   |   |   |   |  |  |
|-----|----|------|---|---|---|---|---|--|--|
| X17 | 10 | 31.3 | 1 | 6 | 5 | 1 | 0 |  |  |
| X18 | 20 | 62.5 | 9 | 2 | 1 | 0 |   |  |  |
| X19 | 16 | 50.0 | 9 | 7 | 0 | 0 |   |  |  |
| X20 | 17 | 53.1 | 6 | 6 | 1 | 2 |   |  |  |
| X21 | 11 | 34.4 | 1 | 4 | 6 | 1 | 0 |  |  |
| X22 | 7  | 21.9 | 1 | 7 | 8 | 0 | 0 |  |  |
| X23 | 10 | 31.3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 0 |  |  |
| X24 | 21 |      | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |  |  |
| X25 | 18 |      | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 |  |  |
| X26 | 16 |      | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 |  |  |
| X27 | 10 |      | 1 | 0 | 7 | 5 | 0 |  |  |

١. يتضح من خلال الجدول رقم ( ٤ ) أن مقياس الاستجابة أتفق تماما إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( X24 ) والتي تنص على النجاح التسويق الاخضر يرتبط ارتباطا وثيقا بالوعي البيئي " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤.٦٢ ) وانحراف معياري ( ٠,٥٥ ) على للإجابات والتي بلغت ( ٦٥.٦ من ٢١ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة . في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X22 ) والتي تنص على " يؤثر سعر السلع الخضراء على حجم الطلب أو مبيعات المنظمة " ويدل على ذلك وسط حسابي ( ٣.٩٦ ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠,٦٩ ) على الاجابات والتي بلغت ( ٧ من ٢١ , ٩ ) يشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة .

٢- يتضح من خلال الجدول رقم ( ٤ ) أن مقياس الاستجابة أتفق إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( ١٥ ) والتي تنص على " المنظمة تطبق معايير الموصفات العالمية المتعلقة بالبيئة والنفائات الصارة " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤,٣٤ ) وانحراف معياري ( ٠.٦٥ ) على التوالي للإجابات والتي بلغت ( ٥٦.٣ سن ١٨ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة . في حين

كانت أقل الفقرات ساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X٢٠ ) والتي تنص على " هناك تقبل من قبل المواطن للمنتج الجيد الخالي من الضرر البيئي " ويدل على ذلك وسط حسابي ( ٤.٠٩ ) وانحراف معياري يبلغ ( ١,٢٠ ) ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة .

٣- يتضح من خلال الجدول رقم ( ٤ ) أن مقياس الاستجابة أتفق إلى حد ما إلا جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( X٢٢ ) والتي تنص على " يؤثر سعر السلع الخضراء على حجم الطلب او مبيعات المنظمة " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٣.٩٦ ) وانحراف معياري ( ٠.٦٩ ) للإجابات والتي بلغت ( ٢٥٠٠ سن ٨ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X١٥ ) " المنظمة تطبق معايير الموصفات العالمية المتعلقة بالبيئة والنفايات الضارة ( ٧١٦ ) " تتبع المنظمة اساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات " ( X٢٤ ) " نجاح التسويق الأخضر يرتبط ارتباطا بالوعي البيئي " ( X٢٥ ) " يستطيع التسويق الأخضر من تحقيق المنفعة للمستهلك على المدى البعيد " على التوالي للإجابات ويدل على وسط حسابي ( ٤.٤٦، ٤.٦٢، ٤.٥٦، ٤.٣٤ ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠.٥٦، ٠.٦٥، ٠.٨٠، ٠.٥٥ ) وعلى التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة

٤- يتضح من خلال الجدول رقم ( ٤ ) أن مقياس الاستجابة لا أتفق إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد هي ( X٢٧ ) والتي ينص على " تدعم السياسات الحكومية فلسفة التسويق الأخضر الخالي من الاضرار للفرد " ويدعمها بذلك وسط حسابي ( ٣,٧٨ ) وانحراف معياري ( ١,٠٦ ) للإجابات والتي بلغت ( ١٥٠٦ من ٥ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفترة من قبل أفراد عينة الدراسة في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( X١٥ ) " المنظمة تطبق معايير الموصفات العالمية المتعلقة بالبيئة والنفايات الضارة " ( ١٦ ) " تتبع المنظمة اساليب حديثة لتصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات " ( ١٩ ) " تستطيع المنظمة من خلال تغليف سلعها بمواد صديقة للبيئة من اظهارها بصورة منافسة " ( X٢٢ ) " يؤثر سعر السلع الخضراء على حجم الطلب او مبيعات المنظمة " ( X٢٤ ) " نجاح التسويق الأخضر يرتبط ارتباطا بالوعي البيئي " ( X٢٥ ) " يستطيع التسويق الأخضر من تحقيق المنفعة للمستهلك على المدى البعيد " ويدل على التوالي على ذلك وسط حابي ( ٤.٤٦، ٤.٦٢، ٤.٣٨، ٤.٥٦، ٤.٣٤ ) وانحراف معياري يبلغ ( ٠.٨٠، ٠.٥٥، ٠.٦٩، ٠.٨١، ٠.٥٦ ) ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة .

٥- يتضح من خلال الجدول رقم ( ٤ ) أن مقياس الاستجابة لا أتفق تماما إذ جاءت أهم الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البعد ( X٢٠ ) والتي تنص على " هناك تقبل من قبل المواطن للمنتج الجيد الخالي من الضرر البيئي " ويدعم ذلك بوسط حسابي ( ٤.٠٩ ) وانحراف معياري ( ١٠٢٠ ) للإجابات والتي بلغت ( ٦.٣ من ٢ ) ويشير ذلك لوجود درجة مرتفعة جدا من الموافقة على هذه الفقرة من قبل أفراد عينة الدراسة ، في حين كانت أقل الفقرات مساهمة في إغناء هذا البعد هي ( ١٤ × ) تتوفر لدى المنظمة امكانيات لتخلص من النفايات الصناعية بطريقة امنة " ( X١٥ ) " المنظمة تطبق معايير الموصفات العالمية المتعلقة بالبيئة والنفايات الضارة " ( ١٦ ) " تتبع المنظمة أساليب حديثة لتصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات " ( X١٧ ) " لدى المنظمة القدرة على تطوير منتجاتها الخضراء لكي تتناسب مع رغبات المستهلكين المتجددة " ( ١٨ ) " هناك اهتمام من قبل ادارة التنظيمية بتصميم خالي من الاضرار البيئية " ( X١٩ ) " تستطيع المنظمة من خلال تغليف سلعها بمواد صديقة للبيئة من اظهارها بصورة منافسة " ( X٢١ ) ( X٢٢ ) " يؤثر سعر السلع الخضراء على حجم الطلب او مبيعات المنظمة " ( X٢٣ ) " يؤثر تبني المنظمة مفهوم التسويق الأخضر على تقليل قدراتها التنافسية "

( X٢٤ ) " نجاح التسويق الأخضر يرتبط ارتباطا بالوعي البيئي " ( ٢٥ ) " يستطيع التسويق الأخضر من تحقيق السعة للمستهلك على المدى البعيد " ( X٢٦ ) " ان التوجه البيئي نحو التاج سلع صديقة للبيئة امر مربحا " ( X٢٧ ) " تدعم السياسات الحكومية فلسفة التسويق الأخضر الحالي من الأضرار للفرد " وسدل على ذلك وسط حابي ( ٤,٧٨، ٤,٢١، ٤,٤٠، ٤,٥٠، ٤,٠٩، ٤,٥٦، ٤,٣٤، ٤,٢٨، ٣,٩٠، ٣,٩٦، ٠,٩، ٢,٠٩، ٤,٦٢، ٤,٦٢ ) وانحراف معياري يبلغ )

التوالي ويشير ذلك لوجود ضعف بالموافقة على هذه الفترة من قبل أفراد عينة الد ( ٧٧٠٠, ٨١٠٠, ٨١٠٠, ٦٩٠٠, ٩٩٠٠, ٥٥٠٠, ٨٠٠١, ٠٤, ١٠٦, ٧٦٠٠, ٧٦٠٠, ٠.٧٥٠٠, ٠.٦٥٠٠, ٠.٥٦٠٠ ) وعلى

### ثانيا : اختبار فرضية البحث :

يتناول هذا المحور الإشارة العلاقة الارتباط بين المتغير المستقل ( اعادة التدوير ) والمتغير المعتمد ( التسويق الاخضر ) فضلا عن توضيح علاقة بين المتغيرات ألفة الذكر والتي ستحاول عن طريقها اختبار فرضية البحث وكالاتي : أولا تحليل علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة

يشير الجدول ( ٥ ) إلى وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين عملية اعادة التدوير والتسويق الاخضر وبمعامل ارتباط ٠.٨٠.

جدول ( ٥ ) علاقة الارتباط بين عملية اعادة التدوير والتسويق الاخضر

|               |                                                                   |
|---------------|-------------------------------------------------------------------|
| أعادة التدوير | <div> <div>المتغير المستقل</div> <div>المتغير التابع</div> </div> |
| ٠,٨٠          | التسويق الأخضر                                                    |

المصدر من إعداد الباحثون في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونى

### ثالثا : تحليل علاقة الأثر بين متغيرات الدراسة :

الجدول يظهر الجدول ( ٥ ) وجود اثر معنوي لمتغير اعادة التدوير في تنمية القدرة على التسويق الاحضر وتم تأشير ذلك من خلال قيمة ( F ) المحسوبة ( ٥٤,٢٩٩ ) والتي هي أكبر من قيمتها الجدولية ( ٢٠,١١٤ ) وعند مستوى معنوية ( ٠,٠٥ ) ، وقد بلغ معامل التحديد ( ٠,٦٤٤ )  $R^2$  والذي يشير إلى قدرة المتغير المستقل على تفسير التأثير الذي يطر على المتغير المعتمد بنحو ( ٣١ ) ، وكانت قيمة ( ٧ ) المحسوبة ( ٧,٣٦٩ ) وهي اكبر من قيمتها الجدولية ( ١,٦٨٤ ) وعند مستوى معنوية ( ٠,٠٥ )

الجدول ( ٦ ) :

علاقة اثر عملية اعادة التدوير وتنمية القدرة على التسويق الأخضر

| R <sup>٢</sup> | T        |          | F        |          |
|----------------|----------|----------|----------|----------|
|                | الجدولية | المحسوبة | الجدولية | المحسوبة |
| ٠.٦٤٤          | ١.٦٨٤    | ٧.٣٦٩    | ٢.١١٤    | ٥٤.٢٩٩   |

P<= ٠.٠٥

N=٣١

المصدر من اعداد الباحثون في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

## الاستنتاجات والتوصيات

### اولا : الاستنتاجات .

خرج هذا البحث بعدد من الاستنتاجات منها الاتي

- ١- هناك اثر معنوي بين عملية اعادة التدوير ومفهوم التسويق الأخضر ادى الى ازدياد الاهتمام بالبيئة على المستوى الشركة لاسيما بعدما تفاقمت المشاكل الناجمة عن إهمالها وما سببه ذلك من إصرار للفرد والمجتمع والكائنات الحية الأخرى
- ٢- من المعلوم ان اهتمام الشركة بالبيئة لها اثر ايجابي بفعل عوامل الضغط الخارجية ( أصحاب المصالح والمستفيدين من مخرجاتها ) وعوامل ضغط داخلية ( تشريعات مشددة للحفاظ على البيئة وحمايتها في أنشطتها المختلفة ) .
- ٣- تبنت الشركة عملية اعادة التدوير باعتماد مفهوم التسويق الاخضر تأكيدا على توجيهها البيئي .
- ٤- قيام الشركة بدعم المبادرات الناجحة لتبني التسويق الأخضر .
- ٥- يعاني العراق من تدهور بيئي خطير أكدته التقارير الدولية والمحلية بسبب الظروف التي مر بها ، وازداد التدهور بفعل ضعف كل من الأجهزة الرقابية ووعي المستهلك ، ودور منظمات المجتمع المدني في هذا المجال .
- ٦- لا يضع المستهلكون والتجار العراقيون معيار البيئة في أولويات تفصيلاتهم لاختيار المنتجات في القرارات الشرائية
- ٧- تبني منظمات الأعمال العراقية المبادرات الداعمة للتسويق الأخضر المتمثلة بالأنظمة الإدارية الخضراء والعمليات الخضراء المضيئة للقيمة ، والمنتجات الخضراء الودودة للبيئة .

٨- إن التنظيمات الإدارية و الأجهزة المعنية بالمحافظة على البيئة في الوقت الحاضر غير قادرة بحكم اليات عملها وإمكاناتها وما متوافر لها من مستلزمات مادية وبشرية ومعلوماتية لا تساعد على الحد من التدهور البيئي الخطير.

**ثانيا : التوصيات :** فانها تتمثل بما يأتي

١- الزام منظمات الأعمال العراقية بتطبيق التشريعات الخاصة بالمحافظة على البيئة ولاطلاع بمسؤولياتها الاجتماعية مع الحرص على جعل التشريعات البيئية تتفق وحجم الإخطار التي تهدد البيئة العراقية

٢- دعوه منظمات الأعمال العراقية على تبني مفهوم الأخضر وفقا للبيئة المعتمدة على السوق

٣- تبني الشركات المبادرات الداعمة للتسويق الأخضر

٤- التأكيد على إن تكون المنتجات المستوردة مستوفية لشروط البيئة ، وإيجاد أجهزة تأخذ على مسؤوليتها القيام بهذه المهمة وان لا تقتصر المسؤولية على الاجهزة الصحية مع أهميتها

٥- الإعفاء الضريبي بنسب محددة لمنظمات الأعمال العراقية الداعمة للتوجه البيئي ، ليكون حافزا للمنظمات الأخرى وتشجيعا لهذه المنظمات لتقليل كلفها ومن ثم تحقيق المردود الاقتصادي وأعطائها ميزه تنافسيه على غيرها

٦- إن تأخذ الجامعات العراقية والمعاهد العلمية بمسؤولياتها لحماية وتحسين البيئة ، بفتح تخصصات بيئية ضمن كلياتها وأقسامها وفروعها ، ووضع مواد في المناهج الدراسية وتنظيم دورات تدريبية للعاملين في المنظمات ولعينات من المستهلكين للمساهمة في زيادة الوعي البيئي

## **المصادر :**

١ - المصادر العربية : -

١ - أبراهيم ، جمال ، أهمية ودور التسويق الأخضر في زيادة تنافسية منظمات الأعمال : دراسة نظريه تحليلية ، ترجمة : الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية

٢- ابو رجب . مراد ووليد ، معوقات ابني التسويق الأخضر من قبل المنظمات الفاصلة في شمال الضفة الغربية في فلسطين ، بحث تخرج ، كلية الإدارة والاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين

٣- البكري ، ثامر ، ( ٢٠٠٦ ) ، التسويق : أسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازوري العلمية ، للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن . دراسة -

٤- د- محمد جاك احمد ( الآثار البيئية والاقتصادية لبعض المخلفات الصناعية ) .

٥- دراسة ، ٢٠١١ ، ٥١ ، ( مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال ) .

- ٦ - كوتلر ، فيليب وآخرون ، ( ٢٠٠٢ ) ، التسويق : تطوره - مسؤوليته الأخلاقية - استراتيجية الجزء الأول ، الطبعة الأولى ( ترجمة مازن نفاع ) منشورات دار علاء الدين ، دمشق .
- ٧- نافذة البيئة والتنمية الإخبارية - موقع إخباري شامل لإخبار البيئة .
- ٨- نجم ، عبود نجم ، ( ٢٠٠٨ ) ، البعد الأخضر للإعمال ، مؤسسة الورق ، عمان ، الأردن
- ٩- عصام محمد رضا شاكر م.م امجد حميد العلاقة بين التسويق الأخضر واستراتيجية الإنتاج الأنظف ( دراسة استطلاعية لآراء عينة في معمل اسمنت كربلاء ) .
- ١٠- صالح ، سميرة ، ( ٢٠١٢ ) ، التسويق الأخضر : بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، الجزائر .
- ١١- رانيا سنجق : ٢٠١٨ ، اكبر موقع عربي .
- ١٢- اسد . ثامر البكري - عمان - الأردن - جامعة العلوم التطبيقية الخاصة ( الارتباط بين التسويق الأخضر وإعادة تدوير المخلفات في عمان الأردن ) .
- ١٣- د- خليل ، ماهر خليل محمد إدارة المخلفات الصلبة ( مخلفات المباني والتشييد ) ولاية الخرطوم ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ٢٠١١ .

-

## ب - المصادر الأجنبية

- ١-Bataccol , Gerardo , ( ٢٠٠٢ ) , promoting Innovation and technology transfer- UNIDO Lstanbol , ٢٧-٢٨ Feb.
- ٢- Santon , William et al , ( ١٩٩٧ ) , Marketing II ed .. Mc Graw - Hill Inc. , New York .
- ٣- kottler , Philip Armstrong , G. , ( ١٩٩٦ ) ( Principls of Marketing , prentice , hall , New Jersey .
- ٤- Mamery , Dimand and others , ( ٢٠٠٥ ) , cleaner Production technolog options : case- study , final Project , Indian Institute of Technology , April .
- ٥- Makower , ٢٠٠٩ , ١٥٨.p
- ٦- croston . ٢٠٠٩ .P . ٤٠ .

٧- Mamery and others : ٢٠٠٥ : P .٧ .

٨- Patacioni : ٢٠٠٢ P ٢٤

. ج : شبكة المعلومات العنكبوتية ( الانترنت ) :

١- <http://www.veecos.net/protl/index> . ١

٢- [http://www.tahasoft.com/ books / ٥٩٠. Docx](http://www.tahasoft.com/books/٥٩٠.Docx) .

٣- <http://www.eeaa.gov.eg> .

٤- [www.ne.wikiedia.com](http://www.ne.wikiedia.com) .

٥- [www.emagizine.com](http://www.emagizine.com) .

٦- [www.skynewsarabia.com](http://www.skynewsarabia.com) .

٧- [www.ne.wikipedia.org](http://www.ne.wikipedia.org)

٨- [www.greenliring.lovetoknom.com](http://www.greenliring.lovetoknom.com)-

السيد الفاضل | السيدة الفاضلة

تحية طيبة وبعد ....

يقوم الباحثون بدراسة الإبعاد الاستراتيجية لإعادة التدوير في تعزيز فلسفة التسويق الأخضر ، لذا فان الباحثون يأملون في تعاونكم الصادق عند ملء القائمة ، ويأملون في تحري الدقة والموضوعية عند الإجابة عن كل سؤال ، وثق وان جهدكم هو الأساس لنجاح هذه العملية.

ونود ان نوضح لسيادتكم ان ما تقدمونه من معلومات وآراء سيكون موضع السرية التامة ولن يستخدم لأغراض البحث العلمي فقط .

تشكركم سلفا على كريم تعاونكم .

١-الجنس : ذكر ☐



٢- العمر

٣٠ فأقل  ٤٠-٣١  ٥٠-٤١  ٥١ فأكثر

٣- التحصيل العلمي

دكتوراه  ماجستير  بكالوريوس  دبلوم عالي  دبلوم  اعدادية

٤- عدد سنوات الخدمة

٥-١  ١٠-٦  ١٥-١١  ٢٠-١٦  ٢١ فأكثر

| م           | العبرة                                                                                         | موافق<br>تماما | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق<br>على الاطلاق |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------|-----------|--------------------------|
| اعادة تدوير |                                                                                                |                |       |       |           |                          |
| أ           | التوفير في الطاقة                                                                              |                |       |       |           |                          |
| ١           | تستخدم المنظمة المواد<br>المعاد تدويرها كبديل عن<br>المواد الخام                               |                |       |       |           |                          |
| ٢           | يعمل التقنيون في المنظمة<br>على تخفيض تكاليف<br>استهلاك الطاقة لتقليص<br>حجم التلوث البيئي     |                |       |       |           |                          |
| ٣           | ارى ان المنظمة تقلل من<br>الاستهلاك المفرط<br>للاوكسجين في الحبة وبما<br>يؤثر على سلامة البيئة |                |       |       |           |                          |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                |    |
|--|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|  |  |  |  |  | الطبيعية و تلوث الهواء                                                                                         |    |
|  |  |  |  |  | الحفاظ على الموارد الطبيعية                                                                                    | ب  |
|  |  |  |  |  | تستخدم المنظمة الطاقة النظيفة والمنتجة من قوة الرياح او الشمس                                                  | ٤  |
|  |  |  |  |  | تحرص المنظمة على انتاج الحاحه الفعليه للسكان للتقليل من استنزاف الموارد الطبيعية                               | ٥  |
|  |  |  |  |  | تتجنب المنظمة الاستهلاك الكبير للنفط ومشتقاته لان هذه الماده قابله للنفاذ                                      | ٦  |
|  |  |  |  |  | حماية البيئة                                                                                                   | ت  |
|  |  |  |  |  | تعمل المنظمة على تقليل التأثيرات السالبة التي يمكن ان تحدثها المواد ادا ماتركت سائبة في الطبيعة                | ٧  |
|  |  |  |  |  | توجد لدى المنظمة اماكن طمر للمواد الضارة                                                                       | ٨  |
|  |  |  |  |  | اعتماد الاسس العلمية في عملية تدوير النفايات                                                                   | ٩  |
|  |  |  |  |  | البعد الاقتصادي                                                                                                | ث  |
|  |  |  |  |  | توفر عملية اعادة التدوير فرصة تنافسية للمنظمة في الحصول على مواد او اجزاء مواد بسعر ادنى                       | ١٠ |
|  |  |  |  |  | ارى اانة عملية التدويرتوفر فرصة مناسبة لتشغيل ايدي غير ماهرة في هدة المنظمة                                    | ١١ |
|  |  |  |  |  | البعد الاجتماعي التربوي                                                                                        | ج  |
|  |  |  |  |  | ارى ان عملية اعادة التدوير تنمي الشعور المسئول للمواطن في تسهيل عمل الشركات والمؤسسات المسؤولة عن حماية البيئة | ١٢ |
|  |  |  |  |  | تحرص المنظمة على توعية العاملين والمواطنين على اهمية اعادة التدوير                                             | ١٣ |

| م              | العبارة                                                                       | موافق تماما | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق على الاطلاق |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------|-------|-----------|-----------------------|
| التسويق الأخضر |                                                                               |             |       |       |           |                       |
| ١              | الغاء مفهوم النفائات                                                          |             |       |       |           |                       |
| ١٤             | تتوفر لدى المنظمة امكانيات للتخلص من النفابات الصناعية بطريقة امنة            |             |       |       |           |                       |
| ١٥             | المنظمة تطبق معايير المواصفات العالمية المتعلقة بالبيئة والنفائات الضارة      |             |       |       |           |                       |
| ١٦             | تتبع المنظمة اساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات        |             |       |       |           |                       |
| ب              | اعادة تصميم مفهوم المنتج                                                      |             |       |       |           |                       |
| ١٧             | لدى المنظمة القدرة على تطوير منتجاتها الخضراء لكي تتناسب مع رغبات المستهلكين  |             |       |       |           |                       |
| ١٨             | هناك اهتمام من قبل ادارة المنظمة بتصميم خالي من الاضرار البيئية               |             |       |       |           |                       |
| ١٩             | تستطيع المنظمة من خلال تغليق سلعها بمواد صديقة للبيئة من اظهارها بصورة منافسه |             |       |       |           |                       |
| ٢٠             | هنالك تقبل من قبل المواطن للمنتج الجيد الخالي من الضرر البيئي                 |             |       |       |           |                       |
| ت              | وضوح العلاقة بين السعر والكلفة                                                |             |       |       |           |                       |
| ٢١             | تكاليف المنتجات الخضراء تكون مرتفعة نتيجة البحث والتدوير                      |             |       |       |           |                       |