



عمادة البحث العلمي
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH

مجلة العلوم الاقتصادية

Journal homepage:

<http://scientific-journal.sustech.edu/>



جامعة سوسة
UNIVERSITY OF SOUSSE

أثر الوعي البيئي على سلوك المستهلكين تجاه المنتجات الصديقة للبيئة

"دراسة عينة من أساتذة جامعات الشرق الجزائري"

جربيبي السبتي و بن خديجة منصف و بوخذنة آمنة

جامعة قالمة - الجزائر

جامعة سوق اهراس - الجزائر

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار معنوية تأثير الوعي البيئي على سلوكيات المستهلكين تجاه المنتجات الصديقة للبيئة على عينة من 195 أستاذ من ثلاث جامعات من الشرق الجزائري، إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من مصادر ثانوية وأخرى أولية؛ وباستخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS تم تحليل الاستمارة واختبار الفرضيات. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها: يؤثر الوعي البيئي على السلوك البيئي من خلال البعد المعرفي فقط دون البعد العاطفي رغم أنه متوفر بمستويات مقبولة، كما أن المتغيرات الديموغرافية لا تؤثر في مستوى الوعي البيئي (ببعديه العاطفي والمعرفي) والسلوك الفعلي؛ بينما بعضها تؤثر في نية السلوك البيئي. كما أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات من أبرزها: ضرورة استغلال الوعي البيئي لدى الطبقة المثقفة لنشره في محيط الجامعة وفي المجتمع؛ وكذا رفع جميع العراقيل سواء الإعلامية أو الاقتصادية أو التنظيمية والمؤسسية لتحويل هذا الوعي إلى سلوكيات بيئية فعلية.

ABSTRACT:

This study aimed to test the effect of environmental awareness on the behavior of consumers towards environmental friendly products on a sample of 195 professors from three eastern Algerian universities. The study relied on the analytical descriptive method. The data were collected from primary and secondary sources, and then analyzed using the SPSS program to test the study hypotheses. The study main results include: environmental awareness affects environmental behavior through the cognitive dimension, but excluding the emotional dimension, although it is available at acceptable levels. Furthermore, the demographic variables do not affect the level of environmental awareness with its two dimensions (the emotional and the cognitive) and actual behavior; while some of them affects the intent of environmental behavior. The study main recommendations include the need to exploit the environmental awareness of the educated class to spread it in the university and in the community; as well as removing all obstacles including media, economic, organizational, and institutional constraints to turn this awareness into real environmental behavior.

الكلمات المفتاحية: المعرفة البيئية، السلوك البيئي، المستهلك الأخضر.

المقدمة :

إن إدراك الفرد لأهمية البيئة وضرورة المحافظة عليها وعلى مقوماتها قديم قدم العلاقة بين الإنسان والبيئة، ولكن هذا الإدراك تزايد الآن، إذ أصبحت حياة الإنسان ورفاهيته مرتبطة كل الارتباط بمصادر البيئة وصحتها، فحياة الإنسان ترتبط بالبيئة التي وجد فيها، ويرتبط تطوره العقلي والحضاري بارتقاء إستغلاله لثنتي إمكاناتها وطاقتها. مساهمة الإنسان في الحفاظ على البيئة تكون من خلال سلوكياته الاستهلاكية والشرائية، لذلك فإن السلوك البيئي هو جزء لا يتجزأ من الأفعال والتصرفات والقرارات التي يتخذها الإنسان في حياته اليومية، والفرق بين السلوك العادي والسلوك الموجه بيئيا هو أن الفرد يأخذ بعين الاعتبار الآثار السلبية أو الايجابية التي قد تحدثها تصرفاته وقراراته الاستهلاكية على البيئة.

مشكلة الدراسة :

يعتبر الوعي البيئي مؤشر حقيقي يسمح بالتنبؤ وفهم السلوك نحو مختلف القضايا البيئية، على افتراض أن الافراد الذين لديهم وعي كبير نحو البيئة هم أكثر من يمكنهم أن يتبنوا سلوكيات محافظة على البيئة من الذين يكون لديهم وعي ضعيف أو غير مبالين، ومن هنا فإن إشكالية الدراسة يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي: ما مدى تأثير الوعي البيئي على سلوكيات الأساتذة الجامعيين كمستهلكين نحو المنتجات الصديقة للبيئة؟

اهداف الدراسة:

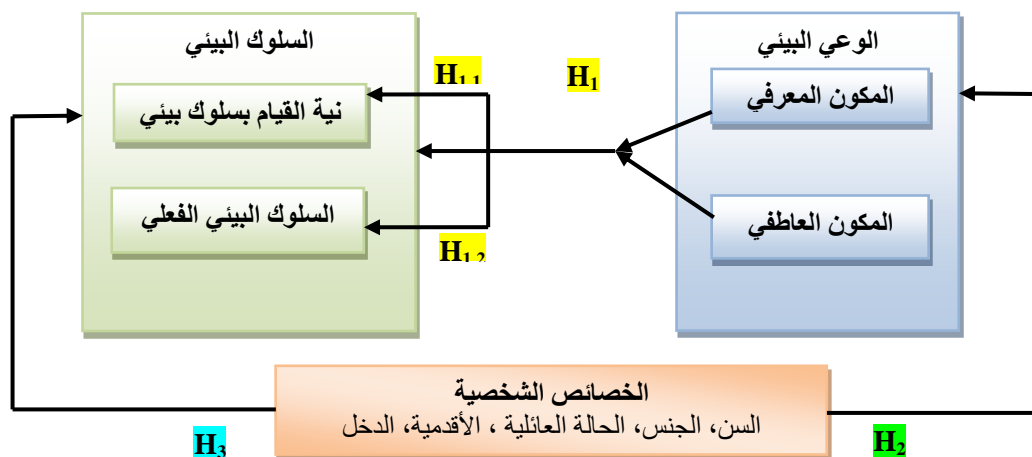
نسعى من وراء هذه الدراسة إلى الاتي :

اختبار معنوية تأثير الوعي البيئي على السلوكيات البيئية لدى المستهلكين؛
التعرف على درجة حساسية وكذا معارف المستهلكين حول أهم القضايا البيئية؛
تحديد درجة المسؤولية البيئية التي يتحملها الأفراد في سلوكياتهم اليومية وأنشطتهم الاستهلاكية؛

حدود الدراسة:

إشتملت الحدود المكانية على عينة من أساتذة جامعات قالمة، عنابة وسوق أهراس من ناحية الشرق الجزائري. أما الحدود الزمانية فكانت خلال الثلث الأخير من 2016 والثلث الأول من 2017.

نموذج الدراسة :



فرضيات الدراسة: تركز الدراسة على الفرضيات التالية:

• الفرضية الأساسية الأولى:

فرضية العدم $H_{1.0}$: ليس هناك تأثير معنوي للوعي البيئي على السلوك البيئي للمستهلك؛

الفرضية البديلة $H_{1.1}$: هناك تأثير موجب ومعنوي للوعي البيئي على السلوك البيئي للمستهلك؛

وتنشق من هذه الفرضية الأساسية الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى:

فرضية العدم $H_{1.1.0}$: ليس هناك تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي والمعرفي) على وجود نية لدى المستهلك للقيام بسلوك بيئي.

الفرضية البديلة $H_{1.1.1}$: هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي والمعرفي) على وجود نية لدى المستهلك للقيام بسلوك بيئي .

- الفرضية الفرعية الثانية:

فرضية العدم $H_{1.2.0}$: ليس هناك تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي والمعرفي) على قيام المستهلك بسلوك بيئي فعلي .

الفرضية البديلة $H_{1.2.1}$: هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي والمعرفي) على قيام المستهلك بسلوك بيئي فعلي .

• الفرضية الأساسية الثانية

فرضية العدم $H_{2.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في الوعي البيئي لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية؛

الفرضية البديلة $H_{2.1}$: هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في الوعي البيئي لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية .

وتنبثق منه الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى:

فرضية العدم $H_{2.1.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في المعرفة البيئية لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية .

الفرضية البديلة $H_{2.1.1}$: توجد هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في المعرفة البيئية لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية .

- الفرضية الفرعية الثانية:

فرضية العدم $H_{2.2.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في الاستجابات العاطفية نحو البيئة لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية .

الفرضية البديلة $H_{2.2.1}$: توجد هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في الاستجابات العاطفية نحو البيئة لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية .

• الفرضية الأساسية الثالثة H_3 :

فرضية العدم $H_{2.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في السلوك البيئي (النية والسلوك الفعلي) تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية .

الفرضية البديلة $H_{2.1}$: توجد فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في السلوك البيئي (النية والسلوك الفعلي) تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية .

وتقسم إلى فرضيتين فرعيتين:

- الفرضية الفرعية الأولى:

فرضية العدم $H_{3.1.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية لوجود نية القيام بسلوك بيئي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية .

الفرضية البديلة $H_{3.1.1}$: توجد هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية لوجود نية القيام بسلوك بيئي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية .

- الفرضية الفرعية الثانية:

فرضية العدم $H_{3.1.0}$: ليست هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية لوجود سلوك بيئي فعلي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية .

الفرضية البديلة $H_{3.1.1}$: توجد هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية لوجود سلوك بيئي فعلي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية .

منهج الدراسة:

لمعالجة مشكلة الدراسة وتحليل مختلف أبعادها، تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بفضل مراجعة الأدبيات ذات الصلة بالموضوع، وبالإعتماد على إستبانة تم توزيعها على عينة مكونة من 220 أستاذ منها 195 فقط صالحة للدراسة والتحليل.

الدراسات السابقة:

دراسة : رزق الله عايدة نخلة ، (1998م) :

هدفت إلى قياس توافر الوعي البيئي للمستهلك كمتغير مستقل وتحديد علاقته بسلوك المستهلك البيئي كمتغير تابع ممثلاً بمتغيرات إدراك المشاكل البيئية؛ مصادر المعلومات البيئية؛ إدراك خصائص المنتج البيئي وكذا المتغيرات الديموغرافية. وقد تم توزيع إستمارة على عينة مكونة من 500 مفردة من المستهلكين في مدينة القاهرة. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أبرزها وجود إرتباط كبير بين الوعي البيئي للمستهلك وبعض السلوكات البيئية كمقاطعة المنظمات المسيئة للبيئة، أكثر من 62 % من المستهلكين يميزون بين المستهلك البيئي والمستهلك غير البيئي.

دراسة : شفيقة عبد الحميد الأحمد، (2005م) :

تمثلت مشكلة الدراسة في رغبة جمعية الصحافيين الكويتية بالتعاون مع الهيئة العامة للبيئة إلى التعرف على درجة الوعي البيئي لدى المجتمع الكويتي ومدى تقبل الفرد للمشاركة في المحافظة على البيئة، وكذلك دور المؤسسات الصحفية والإعلامية في نشر الوعي البيئي، وقد تم توزيع عدد (549) استبيان وذلك لاستقصاء آراء فئات المجتمع المختلفة متمثلة بعينة تم اختيارها بطريقة عشوائية من المحافظات الستة في دولة الكويت. قد بينت أهم نتائج الدراسة أن غالبية المجتمع لديهم كافة الاستعداد في المساهمة في العمل البيئي وبالأخص التطوعي، كما تبين أن الموضوعات البيئية تستحوذ على اهتمام الفرد في المجتمع الكويتي بشكل كبير، إلا أن الموضوعات المرتبطة بتدوير النفايات بكافة أنواعها جاءت بالمراتب الأخيرة، حيث أن المجتمع الكويتي بمختلف فئاته لا يرى أهمية لإعادة تدوير النفايات وخصوصاً الورقية منها. لقد تبين من التحليل الإحصائي أن تقريبا نصف المجتمع لا يعتقدون أن النفايات الورقية تسبب مشكلة بيئية في دولة الكويت، بينما

اتضح أن ما يقارب ثلث المجتمع لا يعلمون ذلك، وأن ما يقارب خمس المجتمع فقط هم على علم بأن النفايات الورقية تسبب مشكلة بيئية.

دراسة : حليلة السعدية قريشي ، (2009م) :

كان هدف الدراسة الإجابة على سؤال رئيسي مفاده ما هي المؤثرات أو المحددات التي تجعل سلوك المستهلك واعي بيئياً؟، وقد تم استخدام إستبيان موجه لعينة عددها 322 فرداً من المجتمع الإستهلاكي الجزائري، حيث إشمئلت المتغير المستقل سبعة أبعاد أهمها: الإهتمام البيئي؛ المعرفة البيئية؛ القيم الثقافية البيئية، في حين تمحور المتغير التابع حول سلوك المستهلك الأخضر (البيئي). وتوصلت الدراسة إلى أن سلوك المستهلك الأخضر الجزائري تتحكم فيه عدة عوامل أهمها المعرفة البيئية والجماعات المرجعية، كما بينت الدراسة عدم تأثير الإهتمام البيئي والقيم الثقافية البيئية في سلوك المستهلك الأخضر.

دراسة : عبد الباسط خلف، (2012م) :

هدفت الدراسة لفحص تأثير رسائل الإعلام المختصة بالبيئة على مستويات وعي الطلبة داخل الجامعة، ومدى ترجمته إلى سلوك بفرز النفايات (إلى الورق، والمعدن، والزجاج)، وأوضح تحليل النتائج لمجموعات الفحص والاستمارة ذات العينة المتيسرة أن عينات الدراسة المختلفة أكدت غياب شؤون البيئة من وسائل الإعلام التي يتعرضون لها، ودلت التجربة على تدني الوعي البيئي للطلبة؛ بفعل غياب البيئة كأولوية في المجتمع عموماً، إذ أوضح 67,8 % من أفراد العينة أنهم تأثروا بالرسائل الإعلامية التي شاهدوها في الجامعة، وأكد 32,8 % من المبحوثين أن الإعلام يهتم بقضايا البيئة. وبلغ معامل ارتباط بيرسون (0.520) ، وهذا يعني وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مجالي الوعي البيئي والسلوكيات التي حققتها الرسائل الإعلامية.

ما يميز الدراسة الحالية:

أغلب الدراسات السابقة أجريت في بيئة أعمال عربية وجمعت بين متغيري الدراسة الإثنيتين (الوعي البيئي والسلوك البيئي) ولو بشكل جزئي؛ والدراسة التي أجريت في الجزائر سعت للوقوف على محددات السلوك البيئي، أما الدراسة الحالية فقد أجريت في الجزائر وجمعت بين المتغيرين معا بعد الإلمام والإستفادة مما جاء في الدراسات السابقة بخصوص أبعاد ومفردات متغيري الدراسة.

تشكلت عينة الدراسة الحالية من أفراد ينتمون لطبقة مثقفة في المجتمع الجزائري وهم أساتذة جامعيين؛ هذا الأمر من شأنه أن يضيف تميزاً للدراسة، وهو ما لم نلمسه في الدراسات السابقة.

مفهوم الوعي البيئي ومكوناته :

يعرف الوعي لغوياً بأنه " الإدراك والإحاطة، ويعني أيضاً الفهم وسلامة الإدراك، والوعي هو إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً، وهو أساس كل معرفة (لعمى أحمد وعزاوي أعمار، 2012م ، ص 43). بينما يقصد بالوعي البيئي " تلك العملية القائمة على المعرفة والإدراك بالمشكلات البيئية وأسبابها وأثارها وكيفية مواجهتها والوقوف على الإمكانيات المتوفرة واللازمة لذلك، مما يؤدي إلى سلوك مغاير وتعديل المفاهيم الخاطئة حول البيئة لكي يصبح الأفراد أكثر تأثراً وإيجابية في مواجهة مشكلات بيئاتهم(لعمى أحمد وعزاوي أعمار، 2012م ، ص 43). ويعرفه Simmons & others بأنه حالة عقلية مستندة الى المعرفة بالقضايا البيئية ينتج عنها سلوك واع وإيجابي (مأرب المولى، 2009م ، ص 288).

يقصد بالوعي البيئي "ذلك الإحساس المتنامي بالمعرفة والفهم والإدراك والتدخل المقصود بكل ما يحيط بالإنسان من بيئات على اختلاف أنواعها أو مكوناتها، ولا يتأتى هذا إلا من خلال العديد من المؤسسات المسؤولة عن توجيه وتوعية وتربية الإنسان، وهو عملية عقلية يمارسها الإنسان في حياته اليومية تتفاعل فيها الجوانب الشخصية والاجتماعية للإنسان،

وتستهدف التعامل تعاملًا إيجابيًا، وبذل الجهود والمشاركة في حل المشكلات البيئية، الإحساس بالمسؤولية الكاملة نحو تحسينها، ومقاومة كل ما من شأنه أن يهدد أمنها وسلامتها (محمود محمود عرفان، 2003م، ص 32).

يتضح من هذه التعاريف أن مفهوم الوعي البيئي ليس له تعريف موحد في الأدبيات فهذا المصطلح يستخدم على نطاق واسع في وسائل الإعلام والسياسة، وفي الحياة اليومية للإشارة إلى مجموعة واسعة من المفاهيم المتعلقة بالقضايا البيئية: الإدراك، المعرفة، المشاعر، الاتجاهات، القيم، السلوكيات. وبذلك فإن أهم الجوانب والأبعاد المرتبطة بالوعي البيئي تكون: **المكون المعرفي**: ويتضمن مجموعة الأفكار، التخمينات والمعارف التي يحملها الفرد حول البيئة، تتضمن سيرورة معلوماتية وتعنى بامتلاك معرفة ذاتية أو موضوعية من طرف الفرد حول الآثار البيئية لمختلف الأنشطة مثلًا.

المكون العاطفي: الاهتمام البيئي يمكن اعتباره بأنه مجموع العواطف، ومشاعر القلق، الاستجابات الوجدانية للفرد اتجاه القضايا البيئية، اشكالية تدهورها وآليات حمايتها، أيضا الأحكام العاطفية نحو عواقب تصرفات الفرد على البيئة، هذا يعني أن السلوك المسؤول بيئيًا ليس بالضرورة نتيجة تفكير عقلاني حول المشاكل البيئية وحول الإجراءات المناسبة لتقديم الحلول، بل أن الاتجاهات العاطفية نحو القضايا البيئية هي التي تدفع الأفراد لتبني سلوكيات بيئية.

السلوك البيئي للمستهلكين

يعرف Giannelloni. J.L السلوك البيئي بتعريف عام " بأنه السلوك الذي يسمح بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بتجنب تدهور البيئة أو المساهمة في حماية و/أو تأهيل البيئة" (Giannelloni. J.L, 1998, P 66)، وبالتالي فإن جميع السلوكيات التي يقوم بها المستهلك والتي قد تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحفاظ على البيئة وحمايتها، تدخل في إطار السلوك البيئي، من البحث واختيار المنتجات إلى كيفية الاستعمال إلى ما بعد الاستعمال بالتخلص منها كنفائيات أو إعادة استعمالها كمنتجات مرة أخرى، إلى مقاطعة بعض المنتجات، التي تكون طريقة إنتاجها لا تحافظ على البيئة، إلى فرز وإعادة تدوير النفايات، والمشاركة في التنظيمات الجموعية لتوعية المستهلكين ، من السلوكيات والتصرفات التي يمكن أن يقوم بها المستهلك ويكون لها أثر على البيئة، لكن هذا التعريف العام لا يبرز العوامل المحددة لهذا السلوك أو هذه التصرفات.

كما يعرف سلوك المستهلك البيئي (الأخضر) بأنه " مجموعة من التصرفات التي تدفع الفرد نحو تفضيل المنتج ذي الخصائص البيئية عن غيره، والناعبة من مجموعة من المتغيرات وفي مقدمتها الأفكار والآراء التي يحملها أولئك الأفراد والتي تدفعهم نحو ذلك السلوك"، و الملاحظ في هذا التعريف أن المستهلك يساهم بسلوكه في حماية البيئة من خلال شرائه للمنتجات الصديقة للبيئة، ويتم ذلك من خلال محاولة جمع قدر كبير من المعلومات حول الخصائص البيئية لكل منتج قبل تفضيله عن غيره، ومن ثم شرائه واستعماله، لذلك فإنهم متأثرون قبل اتخاذ القرار بشراء منتج معين، كما أن عملية الشراء مرتبطة بالأفكار والآراء وبالتالي بالمعارف والمواقف التي يمتلكها الفرد حول القضايا البيئية (ثامر البكري وأحمد نزار النوري، 2007م، ص 103) .

بالنسبة لـ P C. Stern تعريف السلوك البيئي يتم من خلال مدخلين: التعريف الموجه بالآثر والموجه بالنية، ففي التعريف الموجه بالآثر، فإن السلوك هنا يعرف حسب درجة تأثيره وأحداثه تغيير في البيئة، أي إلى أي مدى يمكن أن يكون السلوك مهم من الناحية البيئية: فالحفاظ على الموارد الطاقوية والطبيعية، أو أحداث تغيير في ديناميكيات النظم الأيكولوجية (مثلا إزالة الغابات أو التخلص من النفايات المنزلية) هذه السلوكيات تحدث أثرا مباشرا على البيئة. بينما وضع سياسات للتنمية الدولية أو سياسات بيئية وطنية وسياسات ضريبية، فيعتبر سلوك مهم من الناحية البيئية، ولكن بأثر غير مباشر لأنه يعتبر كإطار الذي تحدث فيه السلوكيات التي لها الأثر المباشر على البيئة. (Stern. P C, 2000, P 408)

بينما التعريف الموجه بالنية Intention أو القصد ليس نفسه الموجه بالأثر، وذلك من ناحيتين هامتين: لأنه يسلط الضوء على النية باعتبارها قضية منفصلة عن السلوك، وأن وجود النية قد لا يؤدي بالضرورة إلى أثر، أي أن النية قد لا تتحول إلى سلوك له أثر على البيئة، وهو ما يعني أن السلوك البيئي يتميز بوجود فجوة أو فارق بين السلوك المعلن أي "النية"، والسلوك الفعلي، هذه الخاصية هي سمة البشر، الذي لديه خاصية بعدم القيام أو فعل كل ما يقوله أو ينوي القيام به، (65 Sempels C et Vandercammen M, 2009, P

إن هذا التناقض المحتمل بين النية البيئية والأثر البيئي أدى إلى إثارة تساؤلات هامة حول المعتقدات والقيم التي يحملها الافراد حول القضايا البيئية و محددات السلوك البيئي لديهم. إن الجانبين في تحديد مفهوم السلوك البيئي مهمين، من جهة تحديد السلوك من وجهة نظر الأثر مهم من أجل تحديد واستهداف السلوكيات التي يمكن أن تحدث اثرا على البيئة، وأيضا من وجهة نظر النية التي تركز على معتقدات الناس ودوافعهم.

المنتجات الخضراء والصدقية للبيئة:

أشار Fuller إلى أن المنتج البيئي (المنتج الأخضر) هو منتج يتضمن خصائص وصفات إيجابية تجاه البيئة، والتي يمكن أن تكون في مكوناته، مراحل تصنيعه، في استخداماته وأدائه، وحتى بعد التخلص منه في نهاية عمره الافتراضي (Baker Michel , 2000, P 301).

ومنه المنتج الصديق للبيئة هو المنتج الذي يراعي البيئة في كل مراحل دورة حياته، ولكي نصل للمنتج الأخضر يجب أن تكون جميع المراحل من شراء المواد الخام إلى مرحلة رمي المنتج بعد الإنتهاء من استهلاكه مراعية للبيئة، وهذا يشمل عدم استخدام المواد الحافظة الضارة؛ استخدام الحد الأدنى من الطاقة؛ استخدام الحد الأدنى من المواد الخام ، عدم استخدام المواد السامة؛ استخدام عبوات قابلة لإعادة التدوير أو استخدامها بعد الإنتهاء من محتوى العبوة. وبالتالي يجب أن تكون المدخلات خضراء (الشراء الأخضر) والعمليات خضراء (الإنتاج النظيف) والمخرجات خضراء (إدارة فعالة للمخلفات). وفي هذا الشأن أشار Peattie إلى مجموعة العوامل التي تجعل المستهلكين يدركون المنتجات على أنها منتجات بيئية، وحصرتها في (Kollmuss A et Agyeman J, 2002, P 240):

- المواد المكونة للمنتج وما تشمله من كمية وإستدامة وفعالية في توفير الطاقة للمجتمع.

- الغرض الأساسي للمنتج هو إشباع حاجات ورغبات المستهلكين (نوعيا وصحيا ووظيفيا) دون أن يعرض حياتهم للخطر.

- الآثار والنتائج الناجمة عن إستخدام المنتجات، وكذا التخلص منها بطرق آمنة .

- متانة المنتج وطول مدة حياته (عمره) الإقتراضية .

- أماكن وبلدان وشركات صنع المنتج، أين تلعب شهرة الدول والشركات دورا في إضافة البعد البيئي للمنتج.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتشكل مجتمع الدراسة من الأساتذة الجامعيين في عدد من جامعات الشرق الجزائري، بحيث بلغ حجم العينة 220 أستاذا وزعت عليهم استبانة الدراسة والذين ينتمون إلى كل من جامعات قالمة، سوق أهراس، وعنابة، وقد تم جمع 195 استبانة صالحة للتحليل.

أدوات الدراسة والقياس:

قام الباحثون بتصميم استبانة الدراسة لجمع البيانات الميدانية من مجتمع الدراسة بعد مراجعة الكثير من الدراسات السابقة حول السلوكيات الاستهلاكية البيئية والوعي والاتجاهات البيئية، وقد تضمنت الاستبانة ثلاث محاور، المحور الاول يتضمن خمس متغيرات ديموغرافية (الجنس، السن، الحالة العائلية، الإقمية والدخل)، المحور الثاني تضمن المتغير المستقل الوعي

البيئي الذي تم قياسه من خلال بعدين، البعد العاطفي عن طريق 08 فقرات، والبعد المعرفي 08 فقرات، أما المحور الثالث فتناول المتغير التابع وهو السلوك البيئي الذي تم قياسه أيضا من خلال بعدين: نية السلوك 7 فقرات و السلوك الفعلي 7 فقرات. ولقد تم استخدام مقياس ليكرت المتكون من خمس درجات لقياس استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، بحيث كانت الاجابة لكل فقرة تتضمن 5 درجات، اين تكون أقل درجة هي 1 وأعلى درجة هي 5، كما استخدمت الاختبارات الاحصائية المتمثلة في الانحدار المتعدد، و التباين من اجل اختبار فرضيات الدراسة، باستخدام برنامج SPSS.

صدق وثبات الاستمارة: للتحقق من ثبات الاستبانة استخدم الباحثون طريقة معامل ألفا كرونباخ، بحيث بلغ معامل الثبات لجميع الفقرات (0.819) مما يدل على تمتع فقرات الاستبانة بمعامل ثبات كبير.

تحليل النتائج واختبار الفرضيات:

الخصائص العامة لعينة الدراسة :

الجدول رقم (1) يوضح النتائج المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، السن، الحالة العائلية، سنوات العمل، الدخل)، توضح أن 51.3% من العينة هم اناث و 48.7% ذكور، اذ تتراوح أعمار 44.6% منهم ما بين 30 و 50 سنة ، في حين 29.6% منهم أعمارهم أكبر من 50 سنة، و 25.6% أقل من 30 سنة ، كما تبين أن 28.2% من عينة الدراسة هم غير متزوجين، و 19.5% متزوجين بدون أطفال، وبلغت نسبة الذين لديهم ثلاث أطفال فأقل 27.2% أما 25.1% الباقية من لهم أكثر من ثلاث أطفال. أما فيما يخص سنوات العمل (الأقدمية) فنجد أن الفئة الأكبر من عينة الدراسة والمقدرة بـ 41.5% من الذين لهم سنوات عمل من 5 سنوات إلى 15 سنة، و 28.2% لهم أقل من 5 سنوات أقدمية في العمل، أما 23.6% لهم من 15 إلى 30 سنة أقدمية عمل، والفئة الاخيرة هي من لها أكبر من 30 سنة أقدمية عمل بنسبة قدرها 6.7%. فيما تعلق بدخل أفراد العينة فتراوح دخل ما نسبته 36.4% من العينة أكبر من 110000 دج، و 35.4% دخلهم ما بين 70000 دج و 110000 دج، أما 28.2% الباقية من افراد العينة هم من أصحاب الدخل أقل من 70000 دج.

جدول رقم (1): خصائص أفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	48.7
	أنثى	51.3
السن	أقل من 30 سنة	25.6
	من 30 سنة الى 50 سنة	44.6
	أكبر من 50 سنة	29.6
الحالة العائلية	أعزب	28.2
	متزوج من دون أطفال	19.5
	متزوج بثلاث أطفال فأقل	27.2
	متزوج له أكثر من ثلاثة أطفال	25.1
سنوات العمل	أقل من 5 سنوات	28.2
	من 5 سنوات الى 15 سنة	41.5
	من 15 سنة الى 30 سنة	23.6
	أكثر من 30 سنة	6.7
	أقل من 70000 دج	28.2

35.4	69	من 70000 الى 110000 دج
36.4	71	أكثر من 110000 دج

المصدر: اعداد الباحثين بناء على نتائج تحليل الاستمارة

النتائج المتعلقة بالوعي البيئي:

يوضح الجدول (2) نتائج اجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات الستة عشر المتعلقة بالوعي البيئي ببعديه العاطفي والمعرفي، حيث أن المتوسط العام للوعي البيئي ببعديه بلغ قيمة (3.97)، بإنحراف معياري بلغ (0.37) وهو انحراف ضعيف يشير إلى تقارب وجهات نظر أفراد العينة حول العبارات التي تقيس الوعي البيئي، كما بينت النتائج أن المتوسط الحسابي العام للفقرات المتعلقة بالجانب العاطفي اتجاه القضايا البيئية أكبر من المتوسط الحسابي العام للفقرات المتعلقة بالمعارف التي يمتلكها المستهلك حول أهم قضايا البيئة.

لقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات المتعلقة بالبعد العاطفي للوعي البيئي بين (3.14-4.68)، بمتوسط عام للبعد قدره (4.14) على مقياس ليكرت الخماسي التي تشير الى درجة الاستجابة "موافق بشدة"، مع انحراف معياري بلغ (0.36) الذي يبين التشتت المنخفض في استجابات عينة الدراسة ما يعكس التقارب في وجهات نظرهم حول فقرات البعد. في حين كانت اجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمعارف التي يمتلكها المستهلك حول أهم قضايا البيئة بمتوسطات حسابية تتراوح بين (3.44-4.05)، بحيث بلغت قيمة المتوسط العام للبعد قيمة (3.79) على مقياس ليكرت الخماسي والذي يشير إلى درجة الاستجابة "موافق" للبعد ككل، مع انحراف معياري بلغ (0.53) الذي يعكس التقارب في وجهات نظر عينة الدراسة حول بعد الجانب المعرفي .

جدول رقم (2) : النتائج المتعلقة بالوعي البيئي

الانحراف المعياري	المتوسط	العبارات المتعلقة بالجانب العاطفي للوعي البيئي
0.67496	4.45	أشعر أن الوضعية الحالية للبيئة تثير حالة من القلق، و السلطات و أفراد المجتمع لا يساهمون بالقدر الكاف في الحفاظ عليها.
0.70619	4.49	أعضب عندما أفكر بالضرر الذي يلحق بالكائنات النباتية والحيوانية جراء السلوكيات البشرية.
0.59169	4.68	أشعر بغضب شديد عند رؤية تراكم النفايات المنزلية في الشوارع
0.8.147	4.23	يجب على الحكومة تكثيف جهودها للحد من استنزاف الموارد الطبيعية غير القابلة للتجديد.
0.73739	4.28	أحترم و أقدر كل من يحاول ترشيد استهلاك الموارد الطاقوية و الماء والمحافظة على البيئة.
0.89782	3.54	أشعر بالخوف عند التفكير بأن عدد كبير من المنتجات الغذائية المتاحة في الأسواق تحتوي على مواد كيميائية و اضافات غذائية و مواد حافظة.
0.77042	4.30	أعتقد أنه يجب الضغط على الشركات الصناعية للاهتمام أكثر بالمحافظة على البيئة بتقليص نفاياتها.
1.20988	3.14	أعتقد أنه على السلطات أن تخصص موارد أكبر لتدعيم البرامج البيئية في المجتمع و الحد من انتشار المنتجات المضرّة بالبيئة
0.36609	4.14	نتيجة البعد العاطفي للوعي البيئي
		العبارات المتعلقة بالجانب المعرفي للوعي البيئي
0.91661	3.99	المنتجات البيئية هي المنتجات التي تحترم البيئة عند انتاجها واستخدامها و التخلص منها
0.91661	3.99	لدي معرفة بالمصطلحات البيئية مثل التدوير، المواد العضوية، النفايات الصلبة.
1.07018	3.44	أستطيع أن أفهم كل العلامات والشعارات التي تدل على أن المنتج بيئي

0.957	3.65	الزراعة العضوية هي التي لا تستخدم المواد الكيميائية
1.13501	3.62	ترشيد استعمال الموارد الطاقوية من كهرباء ووقود سوف يساهم في الحفاظ على البيئة .
1.03384	3.58	الغازات الصناعية والملوثات الكيميائية من أهم أسباب تآكل طبقة الأوزون الاحتباس الحراري
0.84184	4.05	التوازن البيئي على الكرة الأرضية في حالة حرجة وعلى درجة كبيرة من الخطورة، بسبب الشركات التي لا تحافظ على البيئة
0.88462	4.03	يتطلب تحلل البلاستيك مئات السنين لذلك فهو يمثل تهديد كبير للبيئة
0.53002	3.79	نتيجة البعد المعرفي للوعي البيئي
0.37108	3.97	النتيجة العامة للوعي البيئي

المصدر : اعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الاحصائي

النتائج المتعلقة بالسلوك اتجاه المنتجات الصديقة للبيئة (السلوك البيئي) :

الجدول (3) يوضح نتائج تحليل اجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات الأربعة عشر المتعلقة بالسلوك اتجاه المنتجات الصديقة للبيئة ببعديه: نية السلوك والسلوك الفعلي، بحيث بينت النتائج أن المتوسط الحسابي العام للفقرات التي تدل على قيام المستهلك بسلوكيات بيئية فعلية والذي بلغ (3.80) أكبر من المتوسط الحسابي العام للفقرات المتعلقة بنية واستعداد الفرد للقيام بسلوكيات بيئية المقدر ب(3.48) .

تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات ما بين (2.81 - 4.2)، بمتوسط حسابي عام للمحور ككل للسلوك البيئي قدره (3.64) على مقياس ليكرت الذي يشير إلى درجة الاستجابة "موافق"، ويانحرف معياري قدره (0.52)، وبالتالي يمكن القول أن هناك موافقة من عينة الدراسة على أن لديها مستوى جيد من السلوك البيئي والذي يتجلى في سلوكياتها اتجاه المنتجات الصديقة للبيئة.

جدول رقم (3) : النتائج المتعلقة بالسلوك البيئي

الانحراف المعياري	المتوسط	عبارات السلوك البيئي للمستهلك
		البعد المتعلق بالنية والاستعداد للقيام بسلوكيات بيئية
1.04516	4.2	أنا على استعداد لدعم منظمات وجمعيات حماية المستهلك والبيئة
1.10611	3.58	أكون مستعداً لدفع سعر أعلى مقابل شراء منتجات ليس لها آثار سلبية على البيئة
1.01873	3.66	أنا على استعداد لدفع ضرائب أكبر لمساعدة الدولة على رقابة الاسواق والمنتجات
1.13675	3.48	أنا على استعداد لتغيير عاداتي الاستهلاكية والعلامات التجارية لأسباب بيئية
1.22128	2.81	مستعد لبذل مزيد من الجهد والوقت للحصول على سلع صديقة للبيئة.
0.95284	3.93	تقديم الشكاوي للمصالح المعنية حول كل منتجات أو مؤسسات تضر بالبيئة
1.17697	2.89	أحترم القوانين والأنظمة والمجهودات التي تسهم في المحافظة على البيئة
0.62258	3.48	نتيجة البعد
		البعد المتعلق بالسلوكيات البيئية الفعلية
1.07582	3.86	أقوم بشراء المنتجات التي يكون تغليفها من الكارتون أو الورق بدل المنتجات التي يكون تغليفها من البلاستيك
1.05888	3.77	أبتعد عن شراء المنتجات التي تحتوى على كميات مرتفعة من السكريات أو الدهون أو المواد الحافظة والكيميائية
0.95953	3.76	عند الشراء أخذ كل وقتي في قراءة البيانات والملصقات والعلامات الموجودة على المنتجات الاستهلاكية للتعرف جيداً على مكوناتها ومنشأها
0.91236	3.71	أختار دائماً السلع الموفرة للطاقة مثل الأجهزة الكهرومنزلية والمصابيح الكهربائية، وصنابير المياه.
0.941	3.81	أعمل دائماً على اقتناع الآخرين وأصحهم بالمحافظة على البيئة عند قيامهم بعمليات الشراء والاستهلاك.

0.95890	3.78	أفضل الشراء المنتجات من المؤسسات التي تحترم قوانين العمل وتهتم بحماية البيئة
1.02002	3.92	أسعى لإصلاح الأدوات التي بحوزتي وإعادة استخدامها بدل رميها وشراء أخرى جديدة
0.58381	3.80	نتيجة البعد
0.52156	3.64	النتيجة العامة للسلوك البيئي

المصدر : اعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الاحصائي

اختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الأساسية الأولى $H_{1.1}$ التي تنص على أن هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي على سلوك المستهلك نحو المنتجات الصديقة للبيئة، ويتم اختبارها من خلال فرضياتها الفرعية الاتئتين باستخدام الانحدار المتعدد كما يلي:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى $H_{1.1.1}$: هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي والمعرفي) على وجود نية للقيام بسلوك بيئي لدى المستهلك.

يوضح الجدول (4) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر الوعي البيئي ببعديه على نية واستعداد المستهلك للقيام بسلوكيات بيئية، إذ أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة إحصائية، بحيث قيمة F بلغت (28.778) وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05) وهو ما يدل على معنوية نموذج الانحدار أي أنه على الاقل هناك بعد واحد من أبعاد الوعي البيئي (العاطفي والمعرفي) له تأثير معنوي. كما أن معامل الارتباط المتعدد R ما قيمته (0.480) ومعامل التحديد R^2 قيمة (0.231)، وهو ما يعني أن الوعي البيئي ببعديه يفسر ما قيمته 23.1% من التغيرات في نية واستعداد المستهلك للقيام بسلوكيات بيئية، والقيمة المتبقية والتي هي قيمة كبيرة (76.9%) تفسرها متغيرات أخرى غير مدرجة في نموذج الدراسة.

وتحليل معاملات الانحدار لكل بعد من أبعاد الوعي البيئي، نجد أن البعد المعرفي للوعي البيئي له تأثير دال احصائيا على نية القيام بسلوك بيئي، بحيث كانت قيمة t المحسوبة (6.594) وقيمة الدلالة المعنوية (0.000) وهي أقل من قيمة المعنوية المقبولة (0.05)، كما أن النتائج تبين عدم وجود تأثير معنوي للجانب العاطفي للاتجاهات البيئية على نية القيام بسلوك بيئي، بحيث كانت قيمة t المحسوبة (1.205) وبدلالة إحصائية (0.230) وهي أكبر من قيمة الدلالة المعنوية (0.05)، لذلك يمكن القول أن هناك تأثير موجب ذو دلالة احصائية للجوانب المعرفية المشكّلة للوعي البيئي في نية واستعداد المستهلك للقيام بسلوكيات بيئية، بينما لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للجوانب العاطفية المشكّلة للوعي البيئي في نية القيام بسلوك البيئي.

جدول رقم (4) نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير الوعي البيئي (العاطفي والمعرفي) على نية القيام بسلوك البيئي

المتغير التابع	(R)	(R^2)	F	DF	مستوى	B	T	مستوى
الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	معامل الانحدار	المحسوبة	الدلالة	الدلالة
نية القيام بسلوك بيئي	0.480	0.231	28.778	2	بين المجاميع	0.138	1.205	0.230
				192	البواقي			
				194	المجموع	0.523	6.594	0.000
				0	البعد المعرفي			

المصدر : اعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الاحصائي

اختبار الفرضية الفرعية الثانية $H_{1.2}$: هناك علاقة تأثير ذو دلالة احصائية للوعي البيئي ببعديه (العاطفي و المعرفي) على القيام الفعلي بسلوك بيئي.

يوضح الجدول (5) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر الوعي البيئي ببعديه على السلوك البيئي الفعلي للمستهلك، إذ أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود تأثير موجب ومعنوي ذي دلالة إحصائية، بحيث قيمة F بلغت (31.332) دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) وهو ما يدل على معنوية نموذج الانحدار أي أنه على الاقل هناك واحد من أبعاد الوعي البيئي له تأثير معنوي، كما أن معامل الارتباط المتعدد R بلغ ما قيمته (0.496)، ومعامل التحديد R^2 بلغ قيمة (0.246)، وهو ما يعني أن الوعي البيئي بأبعاده يفسر ما قيمته 24.6 % من التغيرات في السلوك البيئي الفعلي، و75.4 % المتبقية تفسرها عوامل اخرى غير مدرجة في نموذج الدراسة.

أما التحليل الجزئي لمعاملات الانحدار لكل بعد من أبعاد الوعي البيئي، فنجد أن البعد المعرفي للوعي البيئي له تأثير دال احصائيا على السلوك البيئي الفعلي، بحيث كانت قيمة t المحسوبة (6.669) وقيمة الدلالة المعنوية (0.000) وهي أقل من قيمة المعنوية المقبولة (0.05)، بينما بينت النتائج عدم وجود تأثير للجانب العاطفي للوعي البيئي على السلوك البيئي الفعلي، بحيث كانت قيمة الدلالة الاحصائية (0.098) وهي أكبر من قيمة الدلالة المعنوية (0.05)، لذلك يمكن القول أن هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للجوانب المعرفية المشكّلة للوعي البيئي على السلوكيات البيئية الفعلية، بينما لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للجوانب العاطفية المشكّلة للوعي البيئي على السلوكيات البيئية الفعلية.

جدول رقم (5) نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير الوعي البيئي (العاطفي والمعرفي) على السلوك البيئي الفعلي

المتغير التابع	(R)	(R^2)	F	DF	مستوى الدلالة	B	T	مستوى الدلالة
	الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجات الحرية		معامل الانحدار	المحسوبة	
السلوك البيئي الفعلي	0.496	0.246	31.332	192	0.000	البعد العاطفي	1.661	0.098
				194		البعد المعرفي	6.669	0.000

المصدر : اعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الاحصائي

اختبار الفرضية الأساسية الثانية: والتي تنص على ما يلي $H_{2.1}$: هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في الوعي البيئي لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية الخمس.

لمعالجة هذه الفرضية من خلال اختبار فرضياتها الفرعية ($H_{2.1.1}$) و($H_{2.2.1}$)، نجري اختبار تحليل التباين الاحادي (ANOVA)، ويستخدم N - Way ANOVA في تحليل التباين لتفسير ظاهرة معينة وذلك بتحديد متغير تابع يفسر من قبل متغير آخر، لذلك استخدم اختبار لكل متغير من المتغيرات الديموغرافية الخمسة وتأثيرها على الاستجابات العاطفية والمعارف البيئية للمستهلك (الجدول 6).

نتائج الاختبار عن طريق اختبار "F" والتي يلخصها الجدول (6) توضح عدم وجود دلالة لتأثير المتغيرات الديموغرافية الخمس على الوعي البيئي ببعديه العاطفي والمعرفي، حيث أن قيم الدلالة المعنوية كانت أكبر من مستوى المعنوية المقبولة (0.05)، ما يعني قبول الفروض العدمية للمتغيرات الديموغرافية الخمس القائلة بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الوعي البيئي تعزى للمتغيرات الديموغرافية، ما يعني أن الاستجابات العاطفية أو المعارف المتعلقة بالبيئة والتي تشكل الوعي البيئي لدى المستهلكين أفراد عينة الدراسة لا تتأثر أو تتغير بطبيعة الجنس أو السن أو الحالة العائلية أو سنوات العمل أو الدخل.

جدول رقم (6) : نتائج تحليل التباين الاحادي لوجود فروقات في البعد العاطفي والمعرفي للوعي البيئي وفقا للمتغيرات الديموغرافية

المعرفة البيئية			البعد العاطفي			المتغير المستقل
القرار	قيم المعنوية**	قيمة F	القرار	قيم المعنوية**	قيمة F	
قبول فرض العدم	0.660	0.194	قبول فرض العدم	0.446	0.584	الجنس
قبول فرض العدم	0.481	0.735	قبول فرض العدم	0.514	0.667	السن
قبول فرض العدم	0.261	1.344	قبول فرض العدم	0.345	1.113	الحالة العائلية
قبول فرض العدم	0.532	0.751	قبول فرض العدم	0.619	0.595	الأقدمية
قبول فرض العدم	0.235	1.459	قبول فرض العدم	0.362	1.022	الدخل

**مستوى المعنوية عند (0.05)

المصدر : اعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الاحصائي

اختبار الفرضية الأساسية الثالثة $H_{3.1}$ والتي تنص على ما يلي: "هناك فروقات معنوية ذات دلالة احصائية في السلوكيات البيئية لدى أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية".

لمعالجة هذه الفرضية من خلال اختبار فرضياتها الفرعية الأولى ($H_{3.1.1}$) والثانية ($H_{3.2.1}$)، نجري اختبار تحليل التباين الاحادي N - Way ANOVA في اختبار كل متغير من المتغيرات الديموغرافية الخمسة وتأثيرها على النية السلوكية والسلوك الفعلي للمستهلك (الجدول 7).

النتائج المبينة في الجدول (7) لاختبار "F"، توضح عدم وجود دلالة لتأثير المتغيرات الديموغرافية الخمسة على السلوك البيئي الفعلي، حيث أن قيم الدلالة المعنوية كانت أكبر من مستوى المعنوية المقبولة (0.05)، ما يعني قبول الفروض العدمية للمتغيرات الديموغرافية الخمس القائلة بعدم وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية في السلوك البيئي الفعلي يعزى لجنس أو سن المستهلك أو حالته العائلية أو سنوات عمله أو دخله.

بينما النتائج التي أظهرها اختبار F لتأثير المتغيرات الديموغرافية على نية السلوك، نجد أن قيم المعنوية غير دالة احصائيا لمتغيري الجنس والسن كونها أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، أي أن نية السلوك لا تتأثر بطبيعة جنس أو سن المستهلك الفرد.

جدول رقم (7) : نتائج تحليل التباين الاحادي لوجود فروقات في نية القيام بالسلوك البيئي والسلوك البيئي الفعلي وفقا للمتغيرات الديموغرافية

المتغير المستقل	نية القيام بسلوك بيئي		سلوك بيئي فعلي		القرار
	قيمة F	قيم المعنوية**	قيمة F	قيم المعنوية**	
الجنس	3.371	0.68	0.107	0.744	قبول فرض العدم
السن	1.839	0.162	0.565	0.569	قبول فرض العدم
الحالة العائلية	3.504	0.16	0.822	0.483	قبول فرض العدم
الاقدمية	2.747	0.44	1.560	0.201	قبول فرض العدم
الدخل	3.708	0.026	0.079	0.924	قبول فرض العدم

**مستوى المعنوية عند (0.05)

المصدر : اعداد الباحثان بناء على نتائج التحليل الاحصائي

في حين بينت نتائج الاختبار قبول الفروض البديلة للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في الحالة العائلية، الدخل والاقدمية، أي أن هذه المتغيرات لها تأثير معنوي ذو دلالة احصائي في نية واستعداد المستهلكين أفراد عينة الدراسة للقيام بسلوكيات بيئية، ما يعني أن هذه الأخيرة تختلف باختلاف الحالة العائلية أو الدخل أو الأقدمية لأفراد العينة، ومن أجل تحديد موقع الاختلاف نقوم بإجراء الاختبارات البعدية بطريقة المربعات الصغرى، بحيث النتائج موضحة في الجدول (8). نتائج الاختبارات البعدية (LSD) لتحديد الفروق تبين أن الاختلاف في نية القيام بسلوك بيئي التي تعود الى الحالة العائلية هي فقط بين فئة المتزوجين ولهم ثلاث أطفال فأقل ومع من هم غير متزوجين، وبفارق في المتوسط لصالح الفئة الأولى. بينما الاختلاف في نية القيام بسلوك بيئي والذي يعود الى الدخل فهو موجود بين فئة من لهم دخل أقل من 70000 دج مع الفئتين: فئة من دخلهم ما بين 70000 دج إلى 110000 دج و فئة من دخلهم أكبر من 110000 كل على حدا، وبفارق في المتوسط الحسابي لصالح هذه الفئات. أما الاختلاف في نية القيام بسلوك بيئي والذي يعود الى الاقدمية المعبر عنها بسنوات العمل فالاختلاف هو موجود بين فئة من لهم أقدمية عمل بأقل من 5 سنوات مع فئة من لهم أقدمية عمل من 5 سنوات إلى 15 سنة، وبفارق في المتوسط لصالح الفئة الأخيرة.

جدول رقم (8): جدول المقارنة المتعدد (LSD) لتحليل الفروق المعنوية في نية القيام بسلوك بيئي تبعا لمتغيرات الدخل، الحالة العائلية والاقدمية.

المتغير	المقارنات بين فئات الدخل		متوسط الفرق	المعنوية
	مع	الفئة 1		
نية القيام بسلوك بيئي	مع	أقل من 70000 دج	من 70000 الى 110000 دج	0.009
	مع	أكثر من 110000 دج	أكثر من 110000 دج	0.040
متزوج بثلاث أطفال	مع	أعزب	المقارنة بين فئات الحالة العائلية	0.002
	مع	متزوج دون أطفال		0.037

0.121	0.18857	متزوج له أكثر من ثلاث اطفال	مع	
		المقارنة بين فئات الأقدمية		
0.005	- 0.30624	من 5 سنوات الى 15 سنة	مع	أقل من 5 سنوات
0.385	- 0.20751	من 15 سنة الى 30 سنة	مع	
0.401	- 0.15185	أكثر من 30 سنة	مع	

المصدر : إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي

النتائج:

1. أظهرت النتائج المتعلقة بالجوانب العاطفية للوعي البيئي أن حساسية المستهلكين واهتمامهم بقضايا البيئة مقبولة جداً، فبناء على قيمة المتوسط الحسابي للمحور ككل، والتي تشير إلى درجة موافق بشدة وبانحراف معياري منخفض، يمكن القول أن لدى الاساتذة الجامعيين عينة الدراسة تعاطف وحساسية اتجاه القضايا المتعلقة بالبيئة والمرتبطة باستهلاك المنتجات .
2. أسفرت النتائج المتوصل إليها بخصوص معرفة أفراد العينة بقضايا البيئة وخاصة المتعلقة باستهلاك المنتجات الصديقة للبيئة، على متوسط حسابي عام يشير إلى درجة موافق وبانحراف معياري منخفض، يمكن القول أن لدى المستهلكين مستوى مقبول من المعارف حول المنتجات البيئية وأهم القضايا المرتبطة بها .
3. النتائج التي تم التوصل إليها بخصوص السلوكيات البيئية للمستهلكين دلت على أن هناك موافقة من عينة الدراسة على أن لديها سلوك صديق للبيئة، فالمتوسط الحسابي العام للمحور ككل يشير إلى درجة الاستجابة "موافق" على مقياس ليكرت الخماسي. مع الإشارة الى أن المتوسط العام للفقرات المتعلقة بوجود سلوكيات بيئية فعلية كان أكبر من المتوسط العام للفقرات المتعلقة بنية القيام بسلوكات بيئية، ويعود ذلك الى أن الاجابة على فقرات الاستعداد للقيام بسلوك بيئي دلت على عدم وجود استعداد ونية كبيرة لدى أفراد عينة الدراسة لبذل المزيد من الجهد للحصول على منتجات صديقة للبيئة .
4. بينت نتائج الدراسة أن هناك تأثير موجب ومعنوي ذو دلالة احصائية للجوانب المعرفية المكوّنة للوعي البيئي في نية واستعداد المستهلك للقيام بسلوكات بيئية، بينما لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للجوانب العاطفية المشكّلة للوعي البيئي في نية القيام بسلوك بيئي .
5. نتائج الدراسة أظهرت أن هناك علاقة تأثير موجبة ومعنوية ذو دلالة احصائية للمعرفة البيئية على السلوك البيئي الفعلي للمستهلك، بينما لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للجانب العاطفي نحو البيئية على السلوك البيئي الفعلي .
6. نتائج الدراسة توضح أن الوعي البيئي يؤثر على السلوك البيئي اتجاه المنتجات الصديقة للبيئة من خلال الجوانب المعرفية فقط، في حين أن الجوانب الوجدانية والعاطفية رغم أنها متوفرة لدى الأفراد المستجوبين بمستويات مقبولة جداً إلا أنها لا تؤثر على سلوكهم البيئي، وقد يعود عدم التأثير لكون هذا الجانب من الوعي يقيس الاستجابات العاطفية والمشاعر الوجدانية لدى الافراد نحو مختلف القضايا والمسائل المتعلقة بالبيئة، لذلك كانت اجابات الأفراد تدل على وجود مستوى عالي جداً من الاستجابات العاطفية والاهتمامات، وهو ما لم ينعكس في نفس المستوى من السلوك البيئي الذي قد لا تكون العواطف والمشاعر المحدد الرئيس له، لذلك يمكن القول أن وجود اهتمام وحساسية عاطفية نحو قضايا البيئة غير كاف ليتجسد في السلوك البيئي للأفراد، ولكنه مهم جداً بحيث يمهّد الطريق ويسهلها لتبني هذه السلوكات مستقبلاً اذا رفعت العوائق التي تقف في وجه هذا السلوك والتي يمكن تلخيصها في العوائق (العراقيل) الإعلامية الاقتصادية، التشريعية والمؤسسية .

يمكننا القول أن الجوانب المعرفية أكثر تأثيراً من الجوانب العاطفية على السلوك البيئي للمستهلكين أفراد عينة الدراسة، ما يعني أن السلوك البيئي للأفراد هو عقلائي أكثر منه عاطفي.

7. بينت نتائج الدراسة أن المتغيرات الديموغرافية الخمسة لا تؤثر في مستوى الوعي البيئي ببعديه العاطفي والمعرفي لدى المستهلكين، معنى ذلك أن الوعي البيئي لا يختلف بين الأفراد عينة الدراسة وهم الاساتذة الجامعيين، ذكورا كانوا أم إناثا، أو سنهم أو أقدميتهم في العمل، أو حالتهم العائلية عدد أطفالهم، أو دخلهم .

8. فيما يخص تأثير المتغيرات الديموغرافية على السلوك البيئي بينت نتائج الدراسة أنه لا يوجد تأثير لهذه المتغيرات على السلوك الفعلي، بينما نتائج الدراسة أظهرت أنه يوجد تأثير لمتغير الحالة العائلية، الأقدمية ومستوى الدخل على نية واستعداد المستهلكين للقيام بسلوكيات بيئية، ومعنى ذلك أن استعداد الأفراد للقيام بسلوكيات بيئية يختلف حسب حالتهم العائلية وعدد أطفالهم، وكذلك يختلف حسب سنوات أقدميتهم في العمل وكذلك مستوى دخلهم، في حين بينت النتائج أنه لا يوجد تأثير لمتغير السن والجنس على نية واستعداد الافراد للقيام بسلوكيات بيئية.

التوصيات :

بناء على نتائج الدراسة يمكننا تقديم التوصيات التالية:

1. ضرورة الاستثمار في الاهتمام والحساسية العاطفية الموجودة لدى الافراد نحو القضايا البيئية لتحويلها إلى سلوكيات فعلية، من خلال رفع العراقل التي تحول دون تحويل هذا الاهتمام العاطفي بالبيئة إلى سلوك بيئي، ولعل أهم العراقل هي:

أ. إعلامياً يجب إتاحة المعلومات حول الوضع البيئي وأسباب المشكلات البيئية وعلاقة المنتجات والعمليات الاستهلاكية بذلك، وتكثيف حملات التوعية بالمشكلات البيئية عن طريق وسائل الإعلام المختلفة والمؤتمرات والندوات، وبمساهمة كافة الأطراف .

ب. رفع العراقل الاقتصادية من خلال فرض أسعار وضرائب مرتفعة على المنتجات المضرة بالبيئة، وتسهيل انتشار المنتجات الصديقة للبيئة، ودعم المؤسسات التي تحترم البيئة وتحافظ عليها؛

ت. العراقل المؤسسية والتنظيمية من خلال تطوير وتأهيل الاجهزة الرقابية وجمعيات المجتمع المدني وسن القوانين والتشريعات اللازمة وتحسينها .

2. تقوية دور أجهزة الدولة المختصة مادياً وبشرياً ومالياً، من أجل الرقابة على المنتجات ومدى احترامها ومطابقتها للمعايير والمقاييس التي تحمي البيئة والمستهلك .

3. دعم جمعيات حماية المستهلك والبيئة من أجل رفع كفاءتها وتفعيل دورها في الدفاع عن البيئة وحماية المستهلك وتوعيته وتنقيفه، وإشراكها في اتخاذ القرارات من أجل بناء سياسات محكمة وفعالة في توعية المستهلكين والتأثير في سلوكياتهم .

4. استغلال مستوى الوعي البيئي لدى الطبقة المثقفة والمتعلمة في المجتمع لنشرها في جميع شرائح المجتمع من خلال انخراطهم واشتراكهم في الندوات الجموعية ووسائل الاتصال والإعلام والمناهج التدريسية .

5. ضرورة القيام بدراسات أخرى للوصول إلى فهم جيد لمحددات السلوك البيئي العام وليس اتجاه المنتجات البيئية فقط لدى المستهلك الجزائري، واستعمال متغيرات أخرى غير مدرجة في نموذج الدراسة الحالي، بحيث أن الوعي البيئي لم يفسر سوى حوالي 25% من السلوك البيئي نحو المنتجات الصديقة للبيئة، ولعل من أهم المتغيرات التي يمكن تناولها ولها أهمية كبيرة في التأثير على السلوك البيئي للمستهلك نجد الثقافة والقيم البيئية، شخصية المستهلك، الجماعات المرجعية، الموقع الجغرافي، مستوى التعليم ونوع الوظيفة.

المراجع:

1. ثامر البكري وأحمد نزار النوري، (2007م) ، التسويق الأخضر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.
2. حليلة السعدية قريشي، (2009م) ، محددات سلوك المستهلك الأخضر - دراسة حالة المستهلك الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر.
3. رزق الله عابدة نخلة، (1998م) ، قياس الوعي البيئي للمستهلك وعلاقته بالسلوكيات البيئية، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة، كلية التجارة بجامعة عين شمس، العدد 03، مصر ، 147 - 202.
4. شفيقة عبد الحميد الأحمد،(2005م) ، قياس درجة الوعي البيئي لدى المجتمع الكويتي حول إعادة تدوير وتصنيع النفايات الورقية في دولة الكويت.
5. عبد الباسط خلف، (2012م) ، دور رسائل الإعلام المتخصصة في تطوير الوعي البيئي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة بيرزيت" رسالة ماجستير من كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت، فلسطين.
6. لعمى أحمد وعزاوي أحمد، (2012م) ، الثقافة البيئية بعد استراتيجي لحماية البيئة، المؤتمر العلمي الدولي حول: سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، المنعقد يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، جامعة ورقلة، الجزائر.
7. مآرب محمد أحمد المولى، (2009م) ، مستوى الوعي لدى طلبة كلية التربية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة التربية والعلم جامعة الموصل، العراق، المجلد 16، العدد 3، ص 288.
8. محمود محمود عرفان، (2003م) ، التدخل المهني للخدمة الاجتماعية وتنمية الوعي البيئي للتفتية بالمجتمعات العشوائية، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، المجلد 11، العدد 1، ص 132.
9. Baker Michel, (2000): Marketing Strategy and Management, MacMillan Press Ltd, Uk.
10. Giannelloni J.L, (1998): les comportements liés à la protection de l'environnement et leurs déterminants : un état des recherches marketing, Recherches et Applications en Marketing ; Vol 13; N°2; P 49- 72.
11. Kollmuss A et Agyeman J, (2002): Mind The Gap- Why do People Act Environmentally and what are the barriers to pro-environmental Behavior? Environmental Education Research Journal, , Vol 8, N°3 P 239-260.
12. Sempels C et Vandercammen M , (2009): Oser le marketing durable. Concilier marketing et développement durable, Paris : Pearson Education.
13. Stern P C,(2000): Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior, Journal of Social Issues, Vol 56, N°3, P 407- 424.