



كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

إطار مقترح للعلاقة بين تبني المستهلك للمنتجات صديقة البيئة والسلوك
الاستهلاكي المستدام

**A Proposed Framework For The Link Between The Consumer
Adoption Of Environmental Products And Sustainable
Consumption Behavior**

"رسالة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال"

إعداد

أسماء سيد أحمد درويش

مدرس مساعد بالمعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية

تحت إشراف

دكتور / بهوى خليل زبدان

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة – جامعة عين شمس

الأستاذ الدكتور / عائشة المنياوى

أستاذ التسويق

كلية التجارة – جامعة عين شمس

٢٠١٨

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَاتِلُوا سُجَّتَكُمْ

لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا

إِنَّكَ أَنْتَ الْعَظِيمُ

الْحَكِيمُ

صدق الله العظيم

الآية: ٣٢ سورة البقرة



كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة : أسماء سيد أحمد درويش

عنوان الرسالة: اطار مقترح للعلاقة بين تبني المستهلك للمنتجات صديقة البيئة والسلوك الاستهلاكي
المستدام

اسم الدرجة : دكتوراه الفلسفة فى إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة :

١- الأستاذة الدكتورة / عائشة مصطفى المنياوى
أستاذ التسويق – كلية التجارة – جامعة عين شمس
(مشرفاً ورئيساً)

٢- الأستاذة الدكتورة / منى إبراهيم دكرورى
أستاذ التسويق – كلية التجارة – جامعة المنصورة
(عضواً)

٣- الدكتور / حسن عبد المنعم الحيوان
أستاذ إدارة الأعمال المساعد – كلية التجارة – جامعة عين شمس
(عضواً)

تاريخ المناقشة : / / ٢٠١٨ م

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ
/ / ٢٠١٨ م

ختم الإجازة
/ / ٢٠١٨ م

موافقة مجلس الجامعة
/ / ٢٠١٨ م

موافقة مجلس الكلية
/ / ٢٠١٨ م



كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة: أسماء سيد أحمد درويش

الدرجة العلمية: دكتوراه

اسم الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

إهداء

إلى من أدعو الله له أن يكون في الفردوس الأعلى

أبى

إلى عالم من الحب والتضحية اللا متناهي

إلى النور الذى أضاء ويضيء نور حياتي

إلى من أدعو الله أن يحفظها لى

أمى

إلى رياحين حياتى فى الشدة والرخاء

إلى اخوتى

جيهان ومحمد

إلى جنتى فى الدنيا والآخرة إن شاء الله

زوجي إبراهيم

إلى النسمات التى أعيش بها إلى أولادى

محمود وأحمد

وإلى كل من ساعدني وشجعني وآزرنى ودعا لي دعوة نجاح

الباحثة

شكر وتقدير

الشكر لله أولاً على فضله وتوفيقه لي لإتمام هذه الرسالة.
*تتقدم الباحثة بأسمى آيات الشكر للاستاذة الدكتورة/

عائشة مصطفى المنياوى

استاذ التسويق-كلية التجارة-جامعة عين شمس
رمز العطاء والعلم والمعرفة، استاذتى ومشرفتى التى تعلمت وتتلذذت على يديها، ولها فضل كبير فى انجاز واتمام هذه الرسالة ولما بذلته من وقت وجهد فى توجيه ومتابعة الباحثة....فلسيادتها كل الشكر والامتنان جزاها الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير جزاء ومتعها بوافر الصحة والعافية وألهمها الصواب والرشد فى عملها.

*كما تتقدم الباحثة بأسمى آيات الشكر للدكتور/

بشرى خليل زيدان

مدرس إدارة الأعمال-كلية التجارة-جامعة عين شمس
لتفضله بالإشراف على الرسالة وما قدمه لي من مد يد العون، فلسيادته كل الشكر والامتنان جزاه الله تعالى عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعه الله بوافر الصحة والعافية.

*كما أتوجه بجزيل الشكر والعرفان للاستاذة الدكتورة/

منى إبراهيم دكرورى

استاذ التسويق- كلية التجارة - جامعة المنصورة
لتشريفها لى وتفضلها بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة وأرجو من الله عز وجل أن أكون عند حسن ظن سيادتها جزاها الله عنى وعن كل الباحثين خير جزاء.

*كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير للدكتور/

حسن عبد المنعم الحيوان

استاذ إدارة الأعمال المساعد-كلية التجارة-جامعة عين شمس
لتشريفه وتفضله بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة وأرجو من الله عز وجل أن أكون عند حسن ظن سيادته جزاه الله عنى وعن كل الباحثين خير جزاء.

مستخلص

رسالة دكتوراه

اسم الباحثة : أسماء سيد أحمد درويش

اسم الرسالة : "إطار مقترح للعلاقة بين تبني المنتجات صديقة البيئة والسلوك الاستهلاكي المستدام".

ملخص الرسالة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تبني المنتجات صديقة البيئة من حيث (الميزة النسبية- التوافق- سهولة الاستخدام) في السلوك الاستهلاكي المستدام المتمثل في (النية - فعالية المستهلك المدركة- المسؤولية الاجتماعية) من خلال توسيط القيمة المدركة البيئية والاتجاه البيئي للمستهلك، وذلك بالتطبيق على عملاء السوبر ماركت الكبرى بمحافظة القاهرة، وتم جمع البيانات من ٤٠٠ مفردة من المستهلكين المترددين على تلك المتاجر، وتحليل البيانات الأولية للدراسة تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS بالإضافة إلى استخدام البرنامج الإحصائي AMOS وذلك لقياس العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين العديد من المتغيرات.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية لمحددات تبني المنتجات صديقة البيئة على كل من القيمة المدركة البيئية والاتجاه البيئي للمستهلك ومحددات السلوك الاستهلاكي، وكذلك وجود علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية للقيمة المدركة البيئية والاتجاه البيئي للمستهلك على محدثات السلوك الاستهلاكي المستدام.

كلمات مفتاحية:

- تبني المنتجات البيئية.
- السلوك الاستهلاكي المستدام.
- القيمة المدركة البيئية.
- الاتجاه البيئي للمستهلك.

فهرس المحتويات

م	الموضوع	رقم الصفحة
	الفصل الأول: الاطار العام للدراسة	١
١/١	المقدمة	٢
٢/١	مصطلحات الدراسة	٤
٣/١	الدراسات السابقة	٥
٤/١	الدراسة الاستطلاعية	٢٨
٥/١	مشكلة الدراسة	٣٠
٦/١	أهمية الدراسة	٣١
٧/١	أهداف الدراسة	٣٢
٨/١	فروض الدراسة	٣٣
٩/١	هيكل الدراسة	٣٤
	الفصل الثاني: تبني المنتجات البيئية	٣٦
١/٢	المقدمة	٣٧
٢/٢	انتشار المنتجات الجديدة (البيئية)	٣٨
١/٢/٢	مفهوم انتشار المنتجات البيئية	٣٩
٢/٢/٢	عناصر انتشار المنتجات الجديدة	٣٩
٣/٢/٢	العوامل المؤثرة فى عملية نشر المنتجات البيئية	٤٣
٣/٢	مفهوم تبني المنتجات البيئية	٤٥
٤/٢	مراحل تبني المنتجات البيئية	٤٦
٥/٢	العوامل المؤثرة فى تبني المستهلكين المنتجات البيئية	٤٨
٦/٢	معوقات عملية تبني المنتجات البيئية	٥١
٧/٢	فئات المتبنين	٥٥
٨/٢	الخلاصة	٦٠

٦١	الفصل الثالث	
	القيمة المدركة البيئية - الاتجاه البيئي	
٦٢	المقدمة	١/١/٣
٦٣	مفهوم القيمة المدركة البيئية	٢/١/٣
٦٥	محددات القيمة المدركة البيئية	٣/١/٣
٧٠	الخلاصة	٤/١/٣
٧١	الاتجاه البيئي	
٧٢	المقدمة	١/٢/٣
٧٣	مفهوم الاتجاه البيئي	٢/٢/٣
٧٤	محددات الاتجاهات البيئية	٣/٢/٣
٧٨	علاقة الاتجاهات بالقيمة المدركة	٤/٢/٣
٧٨	علاقة الاتجاه بالسلوك البيئي	٥/٢/٣
٨٢	الخلاصة	٦/٢/٣
٨٣	الفصل الرابع: السلوك الاستهلاكي المستدام	
٨٤	المقدمة	١/٤
٨٥	الاستدامة والسلوك الاستهلاكي المستدام	٢/٤
٨٦	مفهوم السلوك الاستهلاكي المستدام	٣/٤
٩٠	أهمية السلوك الاستهلاكي المستدام	٤/٤
٩١	خصائص السلوك الاستهلاكي المستدام	٥/٤
٩٣	مراحل السلوك الاستهلاكي المستدام	٦/٤
٩٣	معوقات السلوك الاستهلاكي المستدام	٧/٤
٩٥	المستهلك المسؤول بيئياً	٨/٤
٩٦	خصائص المستهلك المسؤول بيئياً	٩/٤
٩٨	العوامل المؤثرة في السلوك المستدام	١٠/٤
١٠٥	الخلاصة	١١/٤

١٠٦	الفصل الخامس: منهجية الدراسة	
١٠٧	المقدمة	١/٥
١٠٧	متغيرات الدراسة	٢/٥
١١٠	مجتمع الدراسة	٣/٥
١١٠	عينة الدراسة	٤/٥
١١٢	مصادر بيانات الدراسة	٥/٥
١١٨	أساليب تحليل بيانات الدراسة	٦/٥
١٢٠	حدود الدراسة	٧/٥
١٢١	الفصل السادس: الدراسة الميدانية	
١٢٢	المقدمة	١/٦
١٢٢	ثبات وصدق المقاييس	٢/٦
١٣١	التحليل الوصفي	٣/٦
١٤١	اختبار الفروض	٤/٦
١٧٨	خلاصة النتائج	٥/٦
١٨٠	الفصل السابع: النتائج والتوصيات	
١٨١	نتائج الدراسة	١/٧
١٩٢	توصيات الدراسة	٢/٧
١٩٣	الدراسات المستقبلية	٣/٧
١٩٤	قائمة المراجع	
٢١٤	قائمة الملاحق	

فهرس الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
جداول الفصل الثانى:		
٣٧	العوامل التى تؤدى الى التبنى أو الرفض	١/٢
جداول الفصل الخامس:		
١٠٧	التعريف النظرى والتطبيقى لمتغيرات الدراسة	١/٥
١١١	توزيع العينة على أفرع السوبر ماركت	٢/٥
١١٣	عبارات قياس الميزة النسبية للمنتج البيئى	٣/٥
١١٣	عبارات قياس توافق المنتج البيئى	٤/٥
١١٤	عبارات قياس سهولة استخدام المنتج البيئى	٥/٥
١١٤	عبارات قياس القيمة المدركة للمنتج البيئى	٦/٥
١١٥	عبارات قياس الاتجاه البيئى للمستهلك	٧/٥
١١٦	عبارات قياس النية	٨/٥
١١٦	عبارات قياس الفعالية المدركة البيئية	٩/٥
١١٧	عبارات قياس المسؤولية الاجتماعية	١٠/٥
جداول الفصل السادس:		
١٢٣	معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ	١/٦
١٢٤	الاتساق الداخلى لمقاييس محددات التبنى	٢/٦
١٢٥	الاتساق الداخلى لمقاييس القيمة المدركة والاتجاه	٣/٦
١٢٦	الاتساق الداخلى لمقاييس السلوك المستدام	٤/٦
١٢٨	مصفوفة تشبعات العوامل من العبارات والتباين والجذر الكامن	٥/٦
١٣١	وصف عينة الدراسة تبعاً للعوامل الديموغرافية	٦/٦
١٣٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة للميزة النسبية لتبنى المنتجات البيئية	٧/٦
١٣٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة لتوافق تبنى المنتجات البيئية	٨/٦

١٣٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة لتعقيد تبني المنتجات البيئية	٩/٦
١٣٦	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة للقيمة المدركة البيئية البيئية	١٠/٦
١٣٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة للاتجاه البيئي	١١/٦
١٣٨	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة لنية السلوك المستدام	١٢/٦
١٣٩	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة لفعالية المستهلك المدركة	١٣/٦
١٤٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على العبارات المكونة للمسؤولية الاجتماعية للمستهلك	١٤/٦
١٤٣	تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ١/١	١٥/٦
١٤٣	ملخص نتائج تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ١/١	١٦/٦
١٤٥	تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ٢/١	١٧/٦
١٤٦	ملخص نتائج تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ٢/١	١٨/٦
١٤٨	تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ٣/١	١٩/٦
١٤٩	ملخص نتائج تحليل التباين الاحادي للفرض الفرعي ٣/١	٢٠/٦
١٥١	تحليل التباين المتعدد التأثيرات للفرض الأول	٢١/٦
١٥٢	ملخص نتائج تحليل التباين المتعدد للفرض الأول	٢٢/٦
١٥٥	تقديرات معاملات نموذج تحليل المسار لأبعاد محددات التبني والسلوك المستدام	٢٣/٦
١٥٦	نتائج التأثيرات الكلية والمباشرة وغير المباشرة لمحددات التبني على السلوك المستدام	٢٤/٦
١٥٧	معاملات الارتباط بين محددات التبني والقيمة المدركة للمنتج البيئي واختبار جودة النموذج	٢٥/٦
١٥٩	معاملات الارتباط بين محددات التبني والاتجاه البيئي للمنتج البيئي واختبار جودة النموذج	٢٦/٦

١٦١	معامل الارتباط واختبار تأثير القيمة المدركة على الاتجاه البيئي	٢٧/٦
١٦٣	تحليل التغيرات الاحادى التأثيرات للفرض الخامس	٢٨/٦
١٦٤	ملخص نتائج تحليل التغيرات الاحادى للفرض الخامس	٢٩/٦
١٦٥	تحليل التغيرات الاحادى التأثيرات للفرض السادس	٣٠/٦
١٦٦	ملخص نتائج تحليل التغيرات الاحادى للفرض السادس	٣١/٦
١٦٨	تقديرات معاملات نموذج تحليل المسار لأبعاد محددات التبنى على العلاقة بين السلوك المستدام والقيمة المدركة البيئية والاتجاه البيئي	٣٢/٦
١٦٩	الآثار الكلية والمباشرة وغير المباشرة لمتغيرات الدراسة	٣٣/٦
١٧٣	مدى وجود اختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يتعلق باستجاباتهم نحو المتغيرات التابعة تبعاً للنوع	٣٤/٦
١٧٤	مدى وجود اختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يتعلق باستجاباتهم نحو المتغيرات التابعة تبعاً للسن	٣٥/٦
١٧٥	مدى وجود اختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يتعلق باستجاباتهم نحو المتغيرات التابعة تبعاً لمستوى التعليم	٣٦/٦
١٧٦	مدى وجود اختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يتعلق باستجاباتهم نحو المتغيرات التابعة تبعاً للدخل	٣٧/٦

فهرس الأشكال

رقم الشكل	اسم الشكل	رقم الصفحة
أشكال الفصل الأول:		
١/١	نموذج قبول التكنولوجيا	٥
٢/١	اطار قبول المستهلكين للتكنولوجيا فى المنتجات الغذائية	٦
٣/١	نموذج قبول وتبنى المنتجات الجديدة	٧
٤/١	العلاقات المتبادلة بين محددات تبنى التكنولوجيا الخضراء والاتجاه	٩
٥/١	اطار محددات التبنى المدركة للمستهلك	١٠
٦/١	عوامل القيمة المدركة الخضراء	١٢
٧/١	محددات القيمة المدركة للعلامة الخضراء	١٢
٨/١	العوامل المحددة لقبول المستهلكين للتكنولوجيا	١٣
٩/١	تبنى المستهلكين للتكنولوجيا البيئية	١٧
١٠/١	تأثير الاتجاه والمعيار الشخصى على نية السلوك	١٨
١١/١	اطار سلوك المستهلك البيئى	٢٢
١٢/١	محددات السلوك الشرائى الأخضر	٢٥
١٣/١	اطار وصفى لعلاقات الدراسة	٣٤
أشكال الفصل الثانى:		
١/٢	مراحل عملية التبنى	٤٨
٢/٢	مراحل وفئات وعوامل تبنى المنتجات البيئية	٥٥
أشكال الفصل الثالث		
١/١/٣	محددات القيمة المدركة الخضراء	٦٥
١/٢/٣	محددات الاتجاهات البيئية	٧٤
٢/٢/٣	السلوك البيئى للمستهلك	٧٩

أشكال الفصل السادس:		
١٥٤	نموذج نتائج تحليل المسار بين محددات التبني والسلوك المستدام	١/٦
١٥٨	المدرج التكرارى للبواقى لنموذج الانحدار المتعدد الخاص باختبار الفرض الثانى	٢/٦
١٦٠	المدرج التكرارى للبواقى لنموذج الانحدار المتعدد الخاص باختبار الفرض الثالث	٣/٦
١٦٢	المدرج التكرارى للبواقى لنموذج الانحدار المتعدد الخاص باختبار الفرض الرابع	٤/٦
١٦٨	اطار تخطيطى لمتغيرات الدراسة	٥/٦
١٧٢	مخرجات تحليل المسار للعلاقة بين محددات التبني وأبعاد السلوك المستدام	٦/٦