

## نموذج مقترح لتقدير الاستجابة البيئية العامة للمستهلكين في ظل ظاهرة التغيرات المناخية

نسرین السعيد منصور الشرقاوى \*

### ملخص

يسعى البحث لتقدير اللاستجابة البيئية العامة للمستهلكين في ظل ظروف التغير المناخي من خلال نموذج مقترح والذي قد يتمكن صانعو السياسات والاستراتيجيات التسويقية من الاستفادة منه لتقدير سيناريوهات واقعية للاستجابة البيئية ودمجها كميزة تنافسية لضمان بقائها في الاسواق من خلال تعزيز مستهلكيها لها ، ويهدف البحث الي دراسة الاستجابة البيئية من خلال نموذج الاستجابة العامه لسلوك ومسؤولية المستهلك عن التغير المناخي، باستخدام المنهج الاستقصائي، وبالاعتماد علي مقياس الاستجابة البيئية General GER Environmental Responsiveness، وذلك لإختبار كل من: أثر تحمل المستهلكين المسؤولية عن أفعالهم، ودور الجهات الاخرى حول تحمل المسؤولية الاجتماعية البيئية عن سلوكهم الشرائي والاستهلاكي ليكون مسئولاً ، بالاضافه الى بحث دور المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية والتي يمكن ان تساعد في استهداف المستهلكين والوصول لهم حسب مستوي ونوع المسؤولية وسلوكياتهم تجاه البيئة والمؤثره على التغيرات المناخية، وكانت أهم التوصيات هي ضرورة اهتمام متخذي القرار التسويقي بدراسة العلاقة بين السلوك البيئي للمستهلكين وإتجاهاتهم واستجاباتهم الشرائية للمنتجات في ظل التغيرات المناخية في محاوله

\* استاذ ادارة الاعمال المساعد - قسم ادارة الاعمال - بالاكاديمية الحديثه لعلم الكمبيوتر وتكنولوجيا الادارة بالمعادي

لإيجاد نموذج عام لتصوير المسؤولية الاجتماعية البيئية المشتركة للتعامل مع ظاهرة التغير المناخي .

**الكلمات الافتتاحية:** الاستجابة البيئية ، سلوك المستهلك ، تغير المناخ .

## **A model for evaluating the general environmental response to climate change phenomena among consumers.**

### **Abstract**

The research seeks to estimate the general environmental response of consumers under the conditions of climate change through a proposed model, which policy makers and marketing strategies may be able to benefit from to estimate realistic scenarios for environmental response and integrate them as a competitive advantage to ensure their survival in the markets by strengthening their consumers, and the research aims to study the environmental response Through the General Response Model of Consumer Behavior and Responsibility for Climate Change, using the investigative approach, and based on the General Environmental Responsiveness GER, in order to test each of: the impact of consumers taking responsibility for their actions, and the role of other parties on social and environmental responsibility for their purchasing and consumer behavior To be responsible, in addition to examining the role of social and demographic variables, which can help in targeting consumers and reaching them according to the level and type of responsibility and their behavior towards the environment and affecting climate changes. They are charged with purchasing products in light of climate change in an attempt to find a general model for conceiving a joint social and environmental responsibility to deal with the phenomenon of climate change.

**Keywords:** Environmental response, Consumer behavior, Climate change.

## أولاً: مقدمة:

تعتبر دراسة وتحليل استجابة المستهلك من أهم المحاور التسويقية الحديثة فى مؤسسات العالم ولاسيما مصر ويرجع ذلك لزيادة حدة المنافسة بين الشركات وتطور البيئة الخارجية الناتجة عن الظواهر المناخية المختلفة مع توسع حجم ونوع الخيارات المتاحة للمستهلكين فى الاسواق فى مصر والعالم والذي من شأنه ان يضع المستهلك أمام تحمل مسؤوليته الناتجة عن استهلاكه والذي يعزز من وجهة نظر المستهلك كقوه داعمه لاستمرار الشركات وبقائها فى الاسواق ، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال تصميم حملات تسويقية واعيه تعتمد على دراسة سلوك المستهلك والظروف والعوامل العامة والتي تؤثر على اتخاذ قراراته والتي من بينها التغيرات المناخية والتي باتت من المؤكد انها تؤثر على تفضيلات و أنماط الاستهلاك المختلفة فى العالم فما هوي الحال فى مصر ؟ والذي يأتي ذلك من خلال المتابعه و التحقيق والمراقبة المستمره لتغير سلوك المستهلك وحجم إدراكه لما يعرض عليه وما يريده ويرغب فى الحصول عليه حيث أن الإفراط فى الاستهلاك والإستخدام غير المستدام للموارد الطبيعيه يعمل على توليد التلوث والنفايات والتي تؤثر بالتدهور على النظم البيئية و"خدمات النظام الإيكولوجي" والتي يعتمد عليها المستهلكين، بشكل مباشر وغير مباشر وبالتالي على منتجات الشركات والتي تحدد من بقائهم ورفاهيتها (WRI, 2005). ولقد أفادت الدراسات العلمية وتقرير البنك الدولي لعام 2021 مؤكدا ارتفاع درجة حرارة الأرض بمقدار يصل إلى 4 درجات مئوية فوق ما كانت عليه فى عصر ما قبل الثورة الصناعية والذي يتسبب فى حدوث موجات شديدة الحرارة لم يسبق لها مثيل وموجات جفاف حادة وفيضانات جارفة فى العديد من المناطق المختلفة بالعالم ولتي من بينها مصر بالاضاف الى

ما يستتبع ذلك من آثار خطيرة على النظم الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وما يرتبط بهما من خدمات مختلفه ، و قد ايضا اندلاع ظاهرة التغيرات المناخية إلى انقراض الملايين من الكائنات الحية بحلول عام 2050 مع تخيل التكاليف الباهظة التي تستتبع استرجاعها لموازن النظام الايكولوجي مع الوقت، كما يرتبط بارتفاع درجة حرارة الأرض بحلول عام 2100 حدوث تركيز في نسبة ثاني أكسيد الكربون بما يفوق 244 جزء في المليون الامر الذي يؤثر في درجة حموضة المحيطات جنبا إلى جنب مع ارتفاع درجة حرارة الأرض والذي من شأنه أن تبدأ الشعاب المرجانية في التحلل بالكثير من المناطق البحريه والشاطئية ، وفي تقرير اخر يحمل اسم "خطر الإنقراض الناجم عن التغيرات المناخية" والذي نشر في دورية "نيتشر"، والذي تضمن دراسة لسته مناطق تتميز بالتنوع الأحيائي وتمثل 20% من مساحة الأرض اليابسة على كوكب الأرض فقد أوضحت النتائج أن ما بين 15%-37% من كافة الكائنات الحية التي تعيش في المناطق التي شملتها الدراسة قد تتعرض للانقراض بسبب التغيرات المناخية خلال الأعوام القادمة وحتى سنة 2050.

وفي السنوات الأخيرة لوحظ تأثير ارتفاع درجات الحرارة على النمو الاقتصادي للبلدان الفقيره والناميه ، مما يوحي بوجود مخاطر كبيرة تتمثل في حدوث المزيد من الانخفاض في النمو الاقتصادي بالبلاد مستقبلا بسبب ارتفاع درجة حرارة الأرض كما لجأت دراسة أجراها معهد ماساشوستس للتكنولوجيا إلى الاستعانة بالتقلبات التاريخية في درجة الحرارة بكل بلد من أجل تحديد آثارها على مجموع النواتج الاقتصادية. وخُصت هذه الدراسة إلى أن ارتفاع درجات الحرارة يقلل بشكل ملموس من النمو الاقتصادي في البلدان الفقيرة، وأن له آثار أخرى واسعة النطاق وفي رسالة البنك الدولي البنك الدولي 2021 والتي تؤكد على زيادة الفقر المتفع

من خلال خفض نسبة الاشخاص الذين يقل دخلهم عن 1,90 دولار للفرد فى اليوم فى جميع السكان فى العالم .

وفي دراسة "نيكولاس ستيرن" (2006) Nicholas Stern توقع أنه ما لم يتم استثمار 1% من الناتج المحلي الإجمالي فى الإستجابة للتكيف المناخي والذي زاد لاحقاً إلى 2%، فإن العواقب السلبية يمكن أن تقلص نسبة الإقتصاد العالمي بحوالي 20% من الناتج الإجمالي الكلي، وذلك بحلول عام 2035 ، لذلك فإننا بحاجة سريعه وماسه للإنتقال إلى تسويق المنتجات منخفضة الكربون والتي تمثل تحدياً اداريا واستراتيجيا ملحا على نطاق واسع من قبل كل من صانعي السياسات والشركات المحلية والعالمية ، ويتطلب التحرك نحو التسويق لمنتجات منخفضة الكربون مجموعة من الحوافز الداعمة لذلك والتي تتمثل فى الابتكار الاداري والتكنولوجي والتنظيم والإستثمار والحوافز المادية والتغيير التنظيمي والتعليم من خلال دراسة الاستجابة البيئية للمستهلك فى ظل التغيرات المناخية لاستدامة بقاء الشركات والمؤسسات فى الاسواق ولمعادله سلوك المستهلك وتقوميه للافضل .

ثانياً: مشكلة البحث:

لقد أدى الإفراط فى الإستهلاك والإستخدام غير المستدام للموارد وتوليد التلوث والنفايات إلى تدهور النظم البيئية و "خدمات النظام الإيكولوجي"، كما إرتبطت إنبعاثات الكربون ارتباطاً وثيقاً بالسلوك الشرائي وسلوكيات الأفراد ، لذا فإن تشجيع وتحفيز المستهلكين على تبني سلوكيات شرائيه أكثر إستدامة هو هدف بيئي مهم ومصدر لفرص التسويق التجاري المحتملة؛ وتكمن مشكلة البحث فى السؤال التالي، ما أهم العوامل الديموجرافية التي تؤثر فى مستوى المسؤولية البيئية للمستهلكين، وما تصورات المستهلكين لمسؤولية المتسبب عن التغير المناخي وعن علاجه، وما

إتجاهات المستهلكين المتصوره نحو تحمل مسؤوليتهم البيئية للحد من التغيرات المناخية واستدامة الموارد الطبيعية.

### ثالثاً: أهمية البحث:

1. يكتسب البحث أهميته من قلة الدراسات والمراجع العربية التي تناولت سلوك المستهلك الشرائي والتغير المناخي حسب علم الباحثة.
2. يساعد البحث علي إيجاد تصور لمسؤولية مشتركة لتعامل المستهلكين مع تغير المناخ بما يمكن أن يخلق فرصاً أفضل للشركات والحكومات والمنظمات غير الحكومية لتطوير إستراتيجيات وشراكات تبني على تحمل المسؤولية المشتركة .
3. الإستفادة من العلاقات التكاملية بين المستهلكين حول مسؤولياتهم ومواردهم المختلفة للحد من التغير المناخ.

### رابعاً: أهداف البحث:

الهدف الرئيسي للبحث هو اقتراح نموذج للإستجابة البيئية للمستهلكين (من خلال إختبار تأثير وجهة نظر المستهلكين في مسؤولية تغير المناخ ومسؤولية معالجته واتجاهاتهم علي مستوي إستجاباتهم البيئية) كذلك يسعى البحث إلى الوقوف علي سلوكيات المستهلكين البيئية، والسعي إلى تقييم تأثيرها الصافي فيما يتعلق بتغير المناخ.

ويتفرع من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية هي:

- 1- الوقوف علي مستوي الاستجابة البيئية (العامة - الترفيهية - الشراء - الأسرة المعيشية - السفر) طبقاً للعوامل الإقتصادية والإجتماعية والديموجرافية للمبجوثين.

2- التعرف علي من هو المسؤول عن التغير المناخي والمسؤول عن علاجه من وجهة نظر المستهلكين طبقاً للنوع الإجتماعي والفئات العمرية لعينة البحث.

3- دراسة علاقة الارتباط بين الإستجابة البيئية (العامة - الترفية- الشراء- الأسرة المعيشية- السفر) والمسؤول عن التغير المناخي والمسؤول عن علاجه.

4- دراسة علاقة الارتباط بين مستوى الإستجابة البيئية (العامة - الترفية- الشراء - الأسرة المعيشية- السفر) واتجاهات المستهلكين بعينة البحث.

5- تقدير أهم المتغيرات المستقلة التي تؤثر علي المتغير التابع "الاستجابة البيئية" (المستوي العام - الترفية- الشراء- السر المعيشية- السفر) في النموذج المقترح.

#### خامساً: الدراسات السابقة:

1- في دراسة للعوامل المرتبطة بالسلوك الشرائي للمستهلك الليبي تجاه المنتجات الإستهلاكية المحلية دراسة إستطلاعية على عينة من سكان مدينة الزاوية ، يوضح ( الاشحم ، البغدادي ، 2021 ) حيث تعتبر دراسة سلوك المستهلك الشرائي أسلوباً حضارياً جديد تعمل به المنظمات الإنتاجية والخدمية في العصر الحديث من خلال اكتشاف الفرص التسويقية الواعدة باستخدام استراتيجية تقديم المنتجات الحالية في أسواق حالية وجديدة. وهدفت الدراسة الى التعرف على السلوك الشرائي للمستهلك الليبي ومعرفة اتجاهاته نحو السلع الوطنية الأمر الذي يؤدي إلى تطوير المنتجات المحلية واستخدام الأساليب العلمية في إنتاج السلع والخدمات واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واقترحت الدراسة بعض التوصيات كانت أهمها ضرورة قيام الشركات الوطنية بحملات إعلانية مكثفة

للتعريف بالمنتج الوطني، عبر وسائل إعلانية محلية واضحة للتأثير في سلوكه الشرائي، وضرورة قيام الشركات الوطنية، بإعادة تموضع المنتج الليبي في السوق حيث يحتل مكانه خاصة لدى المستهلك المحلي، مما يسهم بشكل فعال في تغيير الصورة الذهنية لدى المستهلك عن المنتجات الاستهلاكية المحلية .

### 2- وفي دراسة اخرى للعوامل المؤثرة في شراء المستهلكين لمنتجات

#### الماركات الخاصة بالمتجر في السوق المصري (طلعت، دعاء، 2015)

هدفت الدراسة للتعرف على العوامل التي تؤثر على شراء المستهلكين للماركات الخاصة للمتاجر بالاسواق المصرية المحلية ، تم تجميع المعلومات من 403 مستهلك من أكبر متاجر التجزئة للماركات العالمية في مصر ،كانت اهم استنتاجات البحث الى أن إدراك المستهلك لفرق الجودة بين الماركات الخاصة بالمتجر و الماركات ذات العلامة المتميزة من أكثر المتغيرات تأثيرا بشكل ايجابي على شراء الماركات الخاصة بالمتجر بشكل معنوى، يليها سمعة المتجر و تكرار رحلات التسوق ، حيث ان إدراك المستهلك لفرق السعر يؤثر سلبيا على السلوك الشرائي للماركات الخاصة بالمتجر و أن إدراك المستهلك لجودة المتجر أهم متغير يؤثر على إدراك المستهلك لفرق الجودة.

### 3- دراسات تتعلق بتشجيع الإستهلاك المستدام:

أوضح تيم جاكسون (2005) في بحثه "تحفيز الإستهلاك المستدام" أن سلوك المستهلك هو ظاهرة معقدة ومتعددة الأبعاد، كما أنها تسلط الضوء على مجموعة من العوامل التي يعتقد أنها تؤثر على السلوكيات المتعلقة بالإستدامة للمستهلكين بما في ذلك التركيبة السكانية والقيم والمعرفة والأهداف والتأثيرات الظرفية لوقت ومكان الشراء. أيضاً هناك العديد من التأثيرات المحتملة على سلوك المستهلك فيما يتعلق بالإستدامة والتي حاول الباحثون تحديدها وقياسها مثل:



(الأهداف والإتجاهات والهوية الإجتماعية والكفاءة الذاتية المتصورة وظروف ووقت ومكان الشراء) كما في النماذج التكاملية التقليدية لسلوك المستهلك "النموذج الشامل لعمل المستهلك" "Comprehensive Model of Consumer Action" باجوزي وآخرون (2002). وتعتبر التأثيرات المتوقعة من أكثر خصائص نماذج السلوك التي تم تطويرها خصيصًا لشرح السلوكيات ذات الدوافع البيئية والإجتماعية، ولقد أوضح نموذج جروب (1995) للسلوك البيئي أن المعرفة البيئية تحدد السلوك البيئي جنبًا إلى جنب مع القيم الشخصية والتحكم المتصور والإستجابة العاطفية. كما أوضحت بعض النماذج التي تم تطويرها أن هناك تأثيرات أخرى علي سلوك المستهلكين، حيث قام أووم دو فال (2005) بتضمين النموذج عوامل أخرى للسلوك الدافعي والسلوك البيئي والإهتمام البيئي، وشمل ذلك عوامل مؤثرة خاصة بالسلوك مثل المعرفة، والملاءمة المتصورة، وتعتبر نظرية السلوك المخطط Theory of planned Behavior (TPB) هي الأساس الذي قام عليه تطوير النماذج الأخرى. ولقد أوضحت نتائج الدراسات أنه لا يوجد تأثير سلوكي متوقع عامًا نسبيًا، ولكنه يظهر فقط في نماذج سلوك المستهلك التي تم تطويرها لشرح سلوك الإستهلاك الإجتماعي أو البيئي، وأحد هذه العوامل هو "الشعور بالمسؤولية" وكيف ينظر إليها ولمن ينسبها المستهلكون، ويتضح ذلك في النموذج المعياري value belief Norm Model (VBN) ستيرن وآخرون (1999).

#### 4- دراسات تتعلق بتصنيف المستهلكين من حيث الإستدامة:

أحد أهم القضايا الخلافية التي أثرت في المحاولات الأولى لتصنيف المستهلكين وتقسيم الأسواق من حيث الإستدامة هي تلك المحاولات التي كانت تعتمد إلى حد كبير على المتغيرات الإجتماعية - الديموجرافية ستراوجن وروبرت

(1999)، كما أوضح شليجلميلش وآخرون (1996) ، إمكانية تطبيق هذه المتغيرات وقياسها.

ولقد أوضح ديامانتوبولوس وآخرون (2003) أن العوامل الاجتماعية والديموجرافية وحدها ذات قيمة محدودة للتعميم، ولكنها أكثر فائدة عند إستخدامها مع تأثيرات أخرى مثل القيم أو الإتجاهات أو المعرفة، كما أن التركيز على السلوكيات الفردية، وعلى تأثيرات محددة مثل إستخدام الطاقة يمثل أحد نقاط الضعف في تصنيف المستهلكين وتقسيمهم من حيث سلوك المستهلكين المستدام سباجينبيرج و لورك (2002)، أيضاً هناك مشكلة أخرى تتعلق بالتركيز على السلوكيات والتأثيرات الفردية، في حين أن التأثير التراكمي لسلوك المستهلك هو الأهم؛ ويتضح هذا من خلال "تأثير الإرتداد" "rebound effect" المرتبط بسلوكيات مثل توفير الطاقة.

#### 5- دراسات تتعلق بتطور مفاهيم مسؤولية المستهلك:

حظيت المسؤولية الاجتماعية للشركات "Corporate Notions of Consumer Responsibility" (CSR) بإهتمام أكاديمي، وإعلامي كبيرين بينج (2009) ، لم تحظ بهما أي من المفاهيم الأخرى لمسؤولية الأعمال، ولا سيما المفهوم المكافئ لـ "المسؤولية الاجتماعية للمستهلك"، والذي حظي باهتمام ضئيل نسبياً برينكمان وبيتي (2008)؛ وقد يكون هذا بسبب هيمنة مفهوم سيادة المستهلك، الذي يمنح المستهلكين السلطة بدلاً من المسؤولية، كمبدأ أساسي يقوم عليه الإنضباط التسويقي.

وهناك مفهوم معياري ناشئ عن "المستهلك المواطن" الذي يعرفه غابرييل ولانج (1995، ص 175) بأنه: "مستهلك مسؤول، ومستهلك واع إجتماعياً، ومستهلكاً يفكر في المستقبل ويخفف رغباته من خلال الوعي الإجتماعي، المستهلك

الذي يجب أن تكون أفعاله مدافعة عن الأخلاق ويجب أن يكون مستعداً للتضحية في بعض الأحيان للتضحية...". ولا يزال مفهوم مسؤولية المستهلك يحتاج إلى التطوير والتحديث الدائم نظراً للتطور التكنولوجي وخاصة في مجال التسويق أتيل تومبسون (2005) و بريكاس (2008). على الرغم من أن هذا الشعور بالمسؤولية الشخصية قد يتم التعبير عنه من قبل المستهلكين، إلا أنه من المحتمل أن يكون الشعور بالمسؤولية الشخصية كفرد هو الأكثر أهمية، والذي يمتد إلى الشعور بالمسؤولية كمستهلك لسلوك الشركات؛ وناقش ويليامز (2005) الدور الذي يمكن أن يلعبه المستهلكون، حيث يشير إلى أهمية تزايد دور المسؤولية الاجتماعية للمستهلك لإستكمال المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما يقترح أنه نظراً لأن 66% من المستهلكين يعتقدون أن بإمكانهم التأثير على السلوك البيئي والأخلاقي للشركة، فقد يكونون بالتالي مستعدين لقبول بعض المسؤولية عن سلوك الشركات، وهو بذلك يحث على تطوير مفهوم إستباقي للمسؤولية الاجتماعية للمستهلك مما يشجع الشركات على السلوك الأكثر إستدامة من الناحية الإقتصادية - الاجتماعية والبيئية. كما سعى مونكسجارد وبيدرسين (2000) إلى إسناد المسؤولية عن إنبعاثات ثاني أكسيد الكربون من منظور السياسات، ومن منظور التسويق، حيث أوضا أهمية إحساس المستهلك بالمسؤولية وكيف يدرك وينسب المسؤوليات عن النتائج البيئية للمنتجات، وتأثيرات الإنتاج، وسلوك الشراء، وسلوكيات الإستهلاك والتخلص الآمن من المخلفات البيئية؛ أما بالنسبة للشركات وصانعي السياسات الذين يسعون إلى تطوير أنظمة أكثر إستدامة للإستهلاك والإنتاج، لذلك فإن الدور الذي يلعبه شعور المستهلكين بالمسؤولية في رغبتهم في الإنخراط في السلوك المؤيد للبيئة (PEB) Pro-Environmental Behavior ربما يكون دوراً حيوياً. ولقد أكد كل من كايزر وشيمودا (1999) على الحاجة إلى تطوير

المسؤولية الشخصية التي تنص على أنه "إذا كان الشخص مدرجاً لعواقب سلوك معين، فإن إسناد المسؤولية الشخصية يصبح أمراً بالغ الأهمية" ؛ وقد إنعكس ذلك في حملة الإتحاد الأوروبي الأخيرة "أنت تتحكم في تغير المناخ"، حيث استهدفت الحملة حث المستهلكين على تحمل المسؤولية عن طريق إيقاف المكيفات الهوائية ومنظمات الحرارة في منازلهم، وترشيد تشغيل كافة أجهزة التبريد الكهربائية، وممارسة رياضة المشي.

6- وفي دراسة لعلاقة بين سياسات مواجهة التغيرات المناخية و القدرة

التنافسية : دراسة تجربة الإتحاد الأوروبي مع استخلاص متطلبات

#### التطبيق في الاقتصاد المصري

أوضحت (مصطفى ، 2016) إلى أهميه إلقاء الضوء على العلاقة بين سياسات مواجهة التغيرات المناخية و القدرة التنافسية في ظل عدم تطبيق جميع دول العالم لمثل هذه السياسات، و ما يثيره ذلك من إمكانية تهديد تنافسية الدول المطبقة لهذه السياسات. كما قامت باستعراض التجربة الأوروبية في هذا المجال لدراسة مدى إمكانية استعادة مصر مما حققته التجربة من إنجازات و ما شابها من أوجه قصور ، كما توصلت الدراسة إلى انه تتأثر التنافسية بالعديد من العوامل الأخرى - بخلاف السياسات المناخية - التي لا يمكن تجاهلها كتكاليف النقل و الشحن، و رغبات المستهلكين، و مدى توفر السلع المثيلة من الواردات في السوق المحلية، بالإضافة إلى مدى فاعلية الإجراءات المضادة التي تتخذها الدول لحماية صناعاتها المحلية ، و من خلال استخدام بعض المؤشرات التي تعكس وضع صناعاتي الأسمنت و الحديد و الصلب في الإتحاد الأوروبي ومصر، وتطبيق مؤشر الميزة التنافسية الظاهرة لفولرات، تبين أن لظروف السوق المحلية و العالمية أثر كبير قد يفوق أثر السياسات المناخية على الميزة التنافسية للصناعتين محل البحث و

خلصت البحث إلى أنه بالرغم من وجود سياسة قومية لمصر فى مجال البيئة و التغيرات المناخية، إلا أن التطبيق الفعلي لهذه السياسة مازال يفتقر إلى وجود رؤية شاملة واضحة، و آليات تنفيذ محددة، و إطار زمنى مفصل، على أن يتسع مجال هذه السياسة و لا تكتفى بمجرد إطلاق مبادرات فى مجالات محددة .

#### 7- دراسات تتعلق بمفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمستهلك:

هناك العديد من المشاكل التي تواجهها معظم الأدبيات عند السعي لفهم الدوافع وراء السلوك المؤيد للبيئة "PEB"، والدور الذي يلعبه شعور المستهلكين بالمسؤولية وإسنادها (علي من تقع المسؤولية)؛ حيث أوضح جاكسون (2005) بأنه "التباس" ناتج عن إختلاف التعاريف والمصطلحات المستخدمة خاصة تعدد المسميات المستخدمة لتعريف سلوكيات الإستهلاك الموجهة نحو الإستدامة والمصطلحات المختلفة والتي تصف أنواعاً مختلفة من المسؤولية). كما إستخدم الكثير من الباحثين الأوائل مفهوماً محدوداً للمسؤولية الاجتماعية، حيث إستخدم ويبستر (1975) مفهوم "المستهلك الواعي إجتماعياً" كمتغير تابع كمقياس للمسؤولية الاجتماعية ، بناءً على مقياس طوره بريكويتز ولوترمان (1968)، ونقحه أندرسون وكونينجام (1972)، ولقد أقر "ويبستر" بأن هذا المقياس "يعرّف المسؤولية الاجتماعية بطريقة محددة إلى حد ما من خلال تأسيسها على قبول المعايير، والمشاركة في شؤون المجتمع والتوافق مع أخلاقيات العمل المجتمعية السائدة، حيث أوضحت النتائج عدم وجود أي علاقة بين الشعور بالمسؤولية الاجتماعية بإستخدام هذا المقياس وسلوك المستهلك الواعي إجتماعياً.

أيضا تميل معظم الدراسات إلى إعتبار "المسؤولية الاجتماعية" مفهوم شامل، وأن مفاهيم مثل المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية والإيثار هي مفاهيم مترابطة ويمكن إستخدامها بالتبادل.

كذلك نتجه معظم الأبحاث إلي التركيز على تصورات المستهلك لمسؤوليته الشخصية فيما يتعلق بقضية ما، دون محاولة فهم تصور توزيع المسؤولية علي الآخرين. ولقد إستخدم رودريجز ودومينجوس (2008) أسلوب النمذجة الرياضية لتحديد مقدار المسؤولية التي يجب أن تقع على عاتق الشركة (المنتج)، والمستهلك (الأسر، المشتري، رأس المال، إلخ) والوسطاء في محاولة لرصد المشكلات البيئية وحلها.

وفى دراسه حول التغيرات المناخية مدخل عن التغيرات المناخية وآثارها، استعرض (قناوي، 2016) التغيرات المناخية وآثارها حيث تناول اثر التغيرات المناخية والتي تناولت مفهوم التغيرات المناخية ودلائلها وأسبابها حيث تنقسم إلى أسباب طبيعية ومنها، (العمليات الديناميكية للأرض-القوى الخارجية-تباين كمية الأشعة الشمسية-تزايد أو تناقص عدد البقع الشمسية-تغيرات فلكية في حركة الأرض)، أما الأسباب البشرية للتغيرات المناخية فمنها، الاحتراس الحراري وارتفاع درجة الحرارة. والثانية استعرضت تاريخ التغيرات المناخية قبل بداية التاريخ المدون، وبداية التاريخ المدون، وفي القرن العشرين، وفي القرن الواحد والعشرين وأخر التوقعات ونتائج التغيرات المناخية. والثالثة كشفت عن التغيرات المناخية بمصر ورصدها عبر مراحل التاريخ من خلال إيضاح تأثير تغير المناخ على مصر ومشاركة مصر في مؤتمرات تغير المناخ ورصد التغيرات المناخية في مصر خلال عصور ما قبل التاريخ ورصد التغيرات المناخية في مصر ووادي النيل في فترة التسجيل التاريخي. وتوصل البحث إلى عدة نتائج منها، أن التغيرات المناخية هي تغيير أو اختلال في المعدل العام لمناخ الكرة الأرضية فتتذبذب قيم عناصر المناخ حول معدل جديد ويظل ذلك قرن أو عدة قرون نتيجة لعوامل طبيعية أو بشرية فتتأثر جميع الأنظمة الأرضية بصورة متباينة من مكان لآخر .

## سادساً: فرضيات البحث :

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الاستجابات البيئية GERS والمسؤول عن تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين.  
الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الاستجابات البيئية GERS والمسؤول عن معالجة التغير المناخي من وجهة نظر المستهلكين.  
الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الاستجابات البيئية GERS وإتجاهات المستهلكين.

## سابعاً: الاطار المنهجي للدراسة:

### 1- منهج البحث واسلوب التحليل:

يتبع البحث المنهج الإستقصائي، ولقد إعتد البحث علي الإسلوب الوصفي والتحليلي لعينة البحث.

### 2- أدوات جمع البيانات:

أ- تم إستخدام إستمارة الإستقصاء لجمع بيانات عينة البحث؛ حيث تم جمع البيانات عبر الإنترنت (نظراً للظروف والتكاليف)، وذلك لعينة (جغرافية وإجتماعية وديموجرافية) ممثلة طبقاً لمعايير أخذ العينات.  
ب- مجتمع البحث: يشمل مجتمع البحث المستهلكين علي مستوي جميع محافظات ج.م.ع. في الفئة العمرية من 16 سنة حتي أكثر من 61 سنة.

### 3-عينة البحث:

أ- حجم العينة: بلغ حجم عينة البحث 550 مفردة (مستهلك).  
ب- إسلوب المعاينة: تم إختيار عينة المحافظات عن طريق العينة الطبقيّة stratified sample حيث تم تقسيم محافظات الجمهورية إلي طبقات

(القاهرة ، الجيزة ، محافظات ساحلية، محافظات الوجه البحري، محافظات الوجه القبلي، المحافظات الحدودية)، وقد تم إختيار محافظات عينة البحث من كل طبقة عن طريق المعاينة العشوائية البسيطة حيث تم إختيار كل من محافظات (القاهرة - الجيزة الاسكندرية - بورسعيد - الإسماعيلية - المنوفية - البحيرة - أسيوط - بني سويف- المنيا - مطروح) والتي مثلت إحدى عشر محافظة علي مستوى الجمهورية.

ج- تم إختيار عينة المبحوثين من بيانات إستمارات الإستقصاء عن طريق المعاينة العشوائية المنتظمة حيث تم إختيار عينة البحث علي مستوى المحافظات بطريقة المعاينة الطبقيّة المتساوية (50 مستهلكًا) من كل محافظة .

#### 4-مصادر البيانات:

إعتمد البحث علي المصادر الأولية من خلال بيانات إستمارات الإستقصاء، والبيانات الثانوية والكتب والمراجع المتعلقة بموضوع البحث.

#### 5- حدود البحث:

أ- الحدود البشرية: المستهلكين علي مستوى المحافظات المصرية في الفئة العمرية 16- +61 سنة بالحدود الزمنية: الفترة من 1/1/2022 إلي 30/ 6/ 2022.

#### 6- متغيرات البحث:

أ-المتغير التابع: متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة General Environmental Responsiveness (GER) علي مستوى المقياس ككل، وللسماح بالمقارنة تم تقسيم مقياس GER الرئيسي إلي أربعة مقياس GERS هي: الترفيه والشراء والأسر والحاله المعيشية والسفر .



ب- المتغيرات المستقلة: المسؤول عن التغير المناخي من وجهة نظر المستهلكين، المسؤول عن معالجة التغير المناخي من وجهة نظر المستهلكين، واتجاهات المستهلكين.

### ثامناً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

إعتمد البحث علي أسلوب التحليل الوصفي والكمي لبيانات الدراسة، وذلك بإستخدام بعض المقاييس الوصفية (كالتكرارات والنسب المئوية)، كما تم إستخدام بعض المقاييس البارامترية مثل معامل الارتباط لبيرسون، واختبار "ت" لعينة واحدة، وإسلوب الإنحدار التدريجي Stepwise Regression Analysis لتقدير معاملات بعض العلاقات السببية بين متغيرات البحث.

### تاسعاً: المعالجة الإحصائية:

1- مقياس الإستجابة البيئية العامة (GER): تم إستخدامه لقياس المسؤولية البيئية للمستهلك وهو عبارة عن (مجموع الإجابات السلوكيه المؤيدة لتصرفات المستهلك تجاه البيئة PEBS - مجموع إجابات سلوكيات المستهلك المعادية للبيئة نحو التغيرات المناخية).

2- جاءت خيارات إجابة أسئلة المسؤولية بـ "نعم" أو "لا".

3- جاءت خيارات إجابة عبارات الإتجاهات طبقاً لمقاييس ليكرت

الخماسي (المكون من 5 نقاط من: لا أوافق بشدة إلى موافق بشدة).

4- تم تقسيم عينة الدراسة طبقاً للمستوي الإجتماعي بالإعتماد علي دخل

الأسرة.

## عاشراً: نتائج البحث:

### 1- نتائج التحليل الوصفي للخصائص الديموجرافية لعينة البحث:

بلغ مجموع درجات مقياس الإستجابة البيئية العام (126) درجة، حيث بلغ في حده الأعلى (79 درجة)، بينما بلغ في حده الأدنى (- 27 درجة)، وبلغت قيمة وسطه الحسابي حوالي 13.68، وقيمة الإنحراف المعياري 13.68 درجة، بينما بلغت قيمة معامل الالتواء 0.028، ومعامل التفرطح - 0.17، واللذان يظهران توزيعاً طبيعياً نسبياً (لقيم GER، عند  $p < 0.05$ ).

كما أوضحت نتائج التحليل الوصفي لعينة البحث أن نسبة الذكور قد بلغت نحو 47.6%، في حين بلغت نسبة الإناث حوالي 52.4% وذلك من جملة عينة البحث؛ أما فيما يتعلق بالفئات العمرية فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 16-30 سنة حوالي 32%، بينما بلغت نحو 34% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 31-45 سنة، كما بلغت حوالي 19% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 46-60 سنة، في حين بلغت حوالي 15% للمبحوثين الذين بلغت أعمارهم 61 سنة فأعلى، وذلك من جملة عينة البحث.

### 2- أثر المتغيرات الديموجرافية على متوسط درجات الاستجابة البيئية للمستهلكين :

جدول رقم (1) توزيع متوسط درجات مقياس الإستجابة البيئية GER طبقاً للفئات العمرية - المستوى التعليمي - النوع الإجتماعي - المستوى الإجتماعي - محل الإقامة طبقاً للمحافظة لعينة البحث

الوسط الحسابي Mean Score للإستجابات البيئية					المتغيرات الديموجرافية
السفر Travel GER	الأسر المعيشية Househo l	الشراء Purchasi ng GER	الترفية Leisure GER	الإستجابة البيئية (العام)	
0.73 -	13.43	1.14	0.1 -	14.63	30 – 16
1.27 -	15.25	1.07	0.38 -	15.53	45 - 31
0.82 -	16.13	1.82	0.36 -	17.69	60 -46
0.6	17.31	1.53	0.37	19.8	61 سنة فأكثر
1.12 -	14.67	0.06 -	0.3 -	14.09	ذكور
0.05 -	15.56	2.51	0.0	18.41	إناث

تابع جدول رقم (1)

الوسط الحسابي Mean Score للإستجابات البيئية					المتغيرات الديموجرافية
السفر Travel GER	الأسر المعيشية Househol 	الشراء Purchasin g GER	الترفية Leisure GER	الإستجابة البيئية (العام)	
0.17 -	15.02	0.15	0.0	15.41	يقراً ويكتب
0.62 -	14.87	0.52	0.2 -	15.2	إبتدائي
0.62 -	14.92	0.92	0.21 -	15.68	إعدادي
0.78 -	15.36	1.84	0.4 -	16.89	ثانوي/دبلوم
0.81 -	15.19	3.19	0.13 -	18.09	جامعي
0.60 -	15.93	2.55	0.14	18.32	ماجستير/دكتوراه
0.98 -	15.5	1.22	0.24 -	16.19	A
1.32 -	16.0	2.03	0.49 -	17.28	B
0.56 -	15.22	1.39	0.15 -	16.49	C <sub>1</sub>
1.16 -	14.71	0.72	0.5 -	14.73	C <sub>2</sub>
0.35 -	14.54	0.3 -	0.07 -	14.32	D
1.03	14.76	1.67	0.63	17.81	E
1.42 -	13.97	0.82	0.75 -	13.38	القاهرة

0.89 -	14.75	0.5	0.21 -	16.36	الجيزة
1.44 -	15.62	0.27 -	0.65 -	13.9	الاسكندرية
0.71 -	14.87	1.65	0.06 -	15.81	البحيرة
0.41 -	16.65	2.2	0.10 -	18.44	الاسماعيلية
0.67 -	15.17	1.42	0.15 -	15.92	المنوفية
0.11-	16.59	2.19	0.05	18.67	بورسعيد
0.4 -	15.34	1.11	0.04 -	16.04	أسيوط
0.87 -	14.51	1.04	0.54 -	14.69	بني سويف
0.56	14.47	0.88	0.49	15.91	المنيا
0.43-	15.68	3.11	0.08	18.37	مطروح

المصدر: جمعت وحسبت بمعرفة الباحثة من بيانات استمارات الإستقصاء.

يلاحظ من نتائج الجدول رقم (1) الآتي:

1- أوضحت النتائج تأثير المتغيرات الديموجرافية علي سلوكيات المستهلكين تجاه المسؤولية البيئية (الاستجابة البيئية)، من خلال إرتفاع متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة مع تقدم العمر، حيث إرتفع من 14,63 درجة في المتوسط للفئة العمرية (16 -30) إلى 19.80 درجة في المتوسط للفئة العمرية (61 فأكثر).

2- كما إرتفع متوسط مقياس الإستجابة البيئية العامة مع زيادة المستوى التعليمي، حيث إرتفع من 15.41 درجة في المتوسط للمستوي (يقرأ ويكتب) إلي نحو 18.32 درجة في المتوسط للحاصلين علي (الماجستير أو الدكتوراه).

3- أيضاً أوضحت النتائج أن متوسط درجة الإستجابة البيئية العامة للإناث جاء أعلي من متوسط درجة الإستجابة البيئية العامة الذكور، حيث بلغ

18.41 درجة في المتوسط بالنسبة للإناث، بينما بلغ حوالي 14.09 درجة في المتوسط بالنسبة للذكور .

4- أما بالنسبة لمتوسط درجة الإستجابة البيئية العامة طبقاً للطبقة الإجتماعية أو طبقاً للمحافظة التي يقيم فيها المبحوثين فقد أوضحت نتائج اختبار "ت" لعينة واحدة عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط درجات المسؤولية البيئية العامة للمبحوثين طبقاً للطبقة الإجتماعية أو محل الإقامة (طبقاً للمحافظة التي يقيم فيها المبحوثين).

جدول رقم (2) نتائج اختبار "ت" لعينة واحدة

الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري S.D	الخطأ المعياري S.E	مستوي المعنوية Sig.(2tailed)	
16.13	1.38	0.563	0.996	المستوي الاجتماعي
15.95	1.85	0.55	0.995	محل الإقامة طبقاً للمحافظة

المصدر: جمعت وحسبت باستخدام برنامج SPSS ver.24 بمعرفة الباحثة من بيانات استمارات الإستقصاء.

من كل ماسبق يتضح أن هناك تأثير للعوامل الديموجرافية علي متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة للمبحوثين.

### 3-أثر المتغيرات الديموجرافية في تصور المستهلكين للمسؤول عن تغير المناخ ومعالجته):

جدول رقم (3) متوسط درجات مقياس الاستجابة البيئية GER للمسؤول عن تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين طبقاً للفئات العمرية والنوع الاجتماعي

إجمالي	المسؤول عن تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين	
	النوع	الفئات العمرية

نموذج مقترح لتقدير الاستجابة البيئية العامة للمستهلكين في ظل ظاهرة التغيرات المناخية

61+		- 46 60		45 -31		30-16		إناث		ذكور				
م	ن	م	ن	م	ن	م	ن	م	ن	م	ن	م	ن	
26	1	24	1	19	44	20	42	22	71	19	49	21	12	أنا
3.	8	7.	6	9.				6.		1.		8.	0	
27	1	26	1	20	39	18	41	22	6	19	41	21	10	مستهلكون
2.	4	2.	3	3.		5.		5.		3.		3.	7	
21	6	18	5	16	11	15	11	19	18	15	16	17	35	الورش
5.	9	7.	0	9.	8	6.	3	6.	8	5.	2	7.	0	
22	2	18	2	17	60	16	53	20	88	15	77	18	16	الحكوم
7.	9	8.	3	3.		4.		4.		7.		2.	5	
32	4	17	3	19	10	19	12	21	16	20	13	21	29	المنظمات
1.		3.		8.		3.		6.		5.		2.		
32	4	18	3	20	9	18	13	20	18	22	11	21	29	جميعيات
2.		1.		3.		8.		4.		0.		0.		
20	6	18	4	16	90	15	72	19	13	15	13	17	27	الدول
6.	6	6.	4	2.		2.		6.	8	2.	4	4.	2	
14	1	12	1	12	15	12	12	17	18	10	30	13	48	أخري
9.	1	7.	0	8.		3.		1.		9.		2.		
14	8	19	8	11	24	11	31	14	48	10	23	12	71	لأعر
		5.		7.		8.		1.		4.		9.		

المصدر: جمعت وحسبت بمعرفة الباحثة من بيانات استمارات الاستقصاء.  
جدول رقم (4) متوسط درجات الاستجابة البيئية GER للمسؤول عن معالجة تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين طبقاً للفئات العمرية والنوع الاجتماعي

المسؤول عن معالجة تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين														المسؤول عن معالجة
الفئات العمرية								النوع				إجمالي		
61+		60 - 46		45 - 31		30-16		إناث		ذكور		متوسط	عدد	
متوسط	عدد	متوسط	عدد	متوسط	عدد	متوسط	عدد	متوسط	عدد	متوسط	عدد	متوسط	عدد	
25	5	21	4	19	10	16	98	21	16	17	13	16	30	أنا
1.	3	5.	3		9	9.		3.	9	7.	4		3	
25	4	22	3	18	92	17	87	21	14	18	11	15	25	مستهلكون
3.	1	1.	6	6.		3.			5		1	9.	6	
23	6	19	5	17	12	16	88	20	18	16	14	18	33	الورش
	9	8.	4	2.	2	3.		2.	4	2.	9	4.	3	
21	8	18	5	16	13	15	12	19	20	15	18	17	39	الحكومة
3.	0	7.	7	2.	6	6.	0	2.	9	3.	4	4.	3	
24	3	22	2	20	72	17	71	21	11	18	90	16	20	المنظمات
5.	1	5.	9	1.		3.		3.	3	7.		1.	3	
24	3	21	2	19	74	17	72	21	11	18	93	16	20	جمعيات
8.	3	7.	9	7.		5.			5	9.			8	

21	7	20	4	17	10	16	91	20	16	16	15	16	31	الرجل
6.	0	4.	6	3.	9	4.		4.	5	3.	1	5.	6	
18	1	15	1	14	22	15	19	18	33	13	31	15	64	المرأة
6.	0	8.	3	3.		8.				4.		8.		
13	7	12	7	7.	18	8.	23	12	32	5.	23	15	55	الأهل
2.		1.		4		8		1.		5		3.		

المصدر: جمعت وحسبت بمعرفة الباحثة من بيانات استمارات الاستقصاء.

من نتائج الجدولين رقمي (4,3) يلاحظ الآتي:

1- جاء متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة طبقاً لتوجيه المسؤولية (المسؤول عن تغير المناخ، أو المسؤول عن معالجة التغير المناخي) من وجهة نظر الإناث أعلى علي مستوي جميع العبارات مقارنة بنظيره للذكور.

2- أما فيما يتعلق بالفئات العمرية، فإن متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة قد جاء أعلى بين المستهلكين الأكبر سنًا، حيث جاء متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة للفئة العمرية (61+) هو الأعلى علي مستوي جميع العبارات مقارنة بباقي الفئات العمرية الأخرى.

3- جاء متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة كأعلي قيمة بالنسبة لعبارة "أنا بنفسني" وعبارة "مستهلكون آخرون" بالنسبة للمتسبب في تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين، حيث بلغ 21.8، 21.3 درجة في المتوسط لكل منهما علي الترتيب، وبالمقارنة جاء متوسط درجات الاستجابة البيئية العامة أقل بالنسبة لنفس العبارتين بالنسبة للمسؤول عن معالجة تغير المناخ حيث بلغ 16، 15.9 درجة في المتوسط لكل منهما علي الترتيب.



4- كما يلاحظ من أجابات المستهلك الذي يشعر بالمسؤولية عن التسبب في تغير المناخ بنفسه، فإنه يرى أيضًا أن معالجة تغير المناخ هي مسؤوليته، ولقد جاءت نسبة عدد المستهلكين الذين شعروا بالمسؤولية عن معالجة تغير المناخ نحو 55.1% مقارنة بنسبة حوالي 22% من المتسببين فيه، وذلك من جملة عينة البحث.

5- أيضًا أجاب العديد من المستهلكين بأنهم يعتقدون أن كل من الحكومة، والمنظمات غير الحكومية، وجمعيات المجتمع المحلي هي منظمات مسؤولة عن معالجة تغير المناخ، أكثر مما يعتقد أنها تتسبب في تغير المناخ؛ حيث أرجع (165مستجيبًا) بنسبة بلغت نحو 30% من جملة عينة البحث مسؤولية التسبب في التغير المناخي إلى الحكومة، كما يعتقد (29 مبحوثًا) بنسبة حوالي 2,6% من جملة عينة البحث بأن المنظمات غير الحكومية، وجمعيات المجتمع المحلي هي منظمات مسؤولة في التسبب في التغير المناخي، في حين أجاب (393مبحوثًا) بنسبة حوالي 71,5% إلى أن الحكومة هي المسؤولة عن معالجة التغير المناخي، أيضًا أفاد (203 مبحوثًا) بنسبة حوالي 37%، (208 مبحوث) بنسبة حوالي 38% من جملة عينة المبحوثين بأن كل من المنظمات (غير الحكومية، وجمعيات المجتمع المحلي علي الترتيب هي المسؤولة عن معالجة التغير المناخي.

4-العلاقة بين الاستجابة البيئية وتوجيه المسؤولية عن تغير المناخ ومعالجته من وجهة نظر المستهلكين:

جدول رقم (5) مصفوفة الارتباط "ليبرسون" للعلاقة بين الإستجابة البيئية والمسؤول

عن تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين

برأيك علي من يقع العبء الأكبر لمسؤولية تغير المناخ					المسؤول عن تغير المناخ
السفر Travel	الاسرة المعيشية	المشتريات	الترفيه Leisure	الاستجابة البيئية	

GER	Household GER	Purchasing GER	GER	GER	
(**) $0.074$	(**) $0.131$	(**) $0.183$	(**) $0.102$	(**) $0.186$	أنا بنفسي
(**) $0.082$	(**) $0.119$	(**) $0.174$	(**) $0.104$	(**) $0.177$	مستهلكون آخرون
(**) $0.093$	(**) $0.157$	(**) $0.127$	(**) $0.101$	(**) $0.170$	الورش الصناعية الخاصة
$0.036$	(**) $0.067$	(**) $0.117$	(**) $0.073$	(**) $0.109$	الحكومة
$0.043$	$0.046$	(**) $0.086$	(*) $0.058$	(**) $0.083$	المنظمات غير الحكومية
$0.027$	$0.044$	(**) $0.092$	$0.039$	(**) $0.081$	جمعيات المجتمع المحلي
$0.005$	(**) $0.142$	$0.023$	$0.009$	(**) $0.077$	الدول النامية (الصين الهند)
- (**) $0.076$	$0.041 -$	- (**) $0.057$	- (*) $0.071$	- (**) $0.072$	أخري
- $0.005$	- (**) $0.109$	- (**) $0.080$	- (*) $0.053$	- (**) $0.098$	لا أعرف

المصدر: جمعت بمعرفة الباحثة وحسبت عن طريق برنامج SPSS ver.24.

(\*\*) Correlation is significant at the 0.01 level (2 tailed).

(\*) Correlation is significant at the 0.05 level (2 tailed).

توضح بيانات الجدول رقم (5) معاملات الارتباط "لبيرسون" بين توجيه المسؤولية للمسؤول عن تغير المناخ علي جانب، وكل من متوسط درجات الاستجابة البيئية العامة GER ومتوسط درجات الاستجابات البيئية GERS علي الجانب الآخر، حيث أوضحت النتائج الآتي:

1- وجود علاقات إرتباط طردية ومعنوية بين متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة وتوجيه المسؤولية للمتسبب في التغير المناخي، في حين جاء

الإرتباط عكسي ومعنوي في حالة المستهلكين الذين أجابوا بعبارة "أخري" (  $r = -0.077^{**}$  ) أو "لا أعرف" (  $r = -0.098^{**}$  ) ،  
 2- أوضحت النتائج وجود إرتباط بين متوسط درجات الاستجابة البيئية للترفيه (Liesure GER) وتوجيه المسؤولية للمتسبب في التغير المناخي، حيث تبين وجود علاقة إرتباط طردي معنوي (  $r = 0.102^{**}$  ,  $r = 0.104^{**}$  ) ، وذلك لكل من إجابة "مستهلكون آخرون" و "أنا بنفسي" لكل منهما علي الترتيب كأعلي معاملات إرتباط علي مستوى الاستجابة البيئية للترفيه، إلا أن قيمة معامل الإرتباط قد أنخفضت في حالة توجيه المسؤولية نحو الحكومة أو المنظمات غير الحكومية، أو "الورش الصناعية الخاصة" حيث بلغت (  $r = 0.058^{*}$  ,  $r = 0.073^{*}$  ) (  $r = 0.101^{**}$  ) ، وذلك لكل منهما علي الترتيب. في حين جاء الإرتباط عكسي ومعنوي في حالة المستهلكين الذين أجابوا بعبارة "أخري" (  $r = -0.071^{**}$  ) أو "لا أعرف" (  $r = -0.053^{**}$  ) ،

3- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للشراء (Purchasing GER) وتوجيه المسؤولية للمتسبب في التغير المناخي، فقد أوضحت النتائج وجود علاقة إرتباط طردي ومعنوي لكل من الإجابة بعبارة "أنا بنفسي" (  $r = 0.183^{**}$  ) ، وعبارة "مستهلكون آخرون" (  $r = 0.174^{**}$  ) كأعلي معاملات إرتباط، في حين جاءت معاملات الإرتباط طردية ومعنوية لكل من إجابة "الورش الصناعية الخاصة" (  $r = 0.127^{**}$  ) ، "الحكومة" (  $r = 0.117^{**}$  ) ، و"المنظمات غير الحكومية" (  $r = 0.086^{**}$  ) ، و"جمعيات المجتمع المحلي" (  $r = 0.092^{**}$  ) ، بينما جاءت معاملات الإرتباط عكسية ومعنوية لكل من الإجابة بعبارة "لا أعرف" (  $r = -0.08^{**}$  ) و"أخري" (  $r = -0.057^{*}$  ) .

4- كما أوضحت النتائج وجود علاقة إرتباط طردي ومعنوي بين متوسط درجات الاستجابة البيئية للأسرة المعيشية GER Household وتوجيه المسؤولية لتغير المناخ لكل من الإجابة بعبارة "الورش الصناعية الخاصة،" و"أنا بنفسى"، ومستهلكون آخرون" و "الحكومة"، حيث جاءت قيم معاملات الارتباط ( $r = 0.157^{**}, 0.142^{**}, 0.131^{**}, 0.119^{**}, 0.067^{**}$ ) لكل منها علي الترتيب، بينما جاء الارتباط عكسي ومعنوي لعبارة "لا أعرف" ( $r = -0.109^{**}$ )

5- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للسفر Travel GER أوضحت النتائج أن هناك علاقة إرتباط طردي ومعنوي بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للسفر والمسؤولين عن التغير المناخي لكل من عبارة "الورش الصناعية الخاصة" ( $r = 0.093^{**}$ )، و "مستهلكون آخرون" ( $r = 0.082^{**}$ )، و "أنا بنفسى" ( $r = 0.074^{**}$ ) علي الترتيب، في حين جاء الإرتباط عكسي ومعنوي لعبارة "أخرى" ( $r = -0.076^{**}$ )، بينما لا توجد أي علاقة إرتباط معنوية لباقي الإجابات.

من كل ماسبق يتضح أن توجيه المسؤولية عن المتسبب في تغير المناخ يميل إلى الارتباط بقوة أكبر بالسلوكيات الأسرية أو الشرائية.

أيضاً تتضح صحة الفرضية الأولى للبحث القائلة: "بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الاستجابات البيئية GERS والمسؤول عن تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين".

جدول رقم (6) مصفوفة الإرتباط "البيرسون" للعلاقة بين الإستجابة البيئية والمسؤول عن

معالجة تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين

برأيك من المسؤول عن معالجة تغير المناخ				المسؤول عن معالجة تغير
الاستجابة	الترفيهية	الشراء	الاسرة	
			السفر	

Travel GER	المعيشية Household GER	Purchasing GER	Leisure GER	البيئية GER	المناخ
(**).0104	(**).0213	(**).0250	(**).0117	0.027 -	أنا بنفسی
(**).0094	(**).0186	(**).0202	(**).0090	0.033 -	مستهلكون آخرون
(**).0122	(**).0187	(**).0187	(**).0123	(**).0226	الورش الصناعية الخاصة
(**).0072	(**).0156	(**).0141	(**).0072	(**).0172	الحكومة
(**).0073	(**).0181	(**).0183	(**).0080	0.015 -	المنظمات غير الحكومية
(**).0094	(**).0175	(**).0178	(**).0096	0.021 -	جمعيات المجتمع المحلي
(*)0.055	(**).0204	(**).0117	(*)0.053	0.01	الدول النامية (الصين الهند)
0.043 -	0.041	0.019 -	0.048 -	0.014 -	أخری
- (**).0083	- (**).0167	(**).0125 -	(**).0096	0.025 -	لا أعرف

المصدر: جمعت بمعرفة الباحثة وحسبت عن طريق برنامج SPSS ver.24.

(\*\*) Correlation is significant at the 0.01 level (2 tailed).

(\*) Correlation is significant at the 0.05 level (2 tailed).

توضح بيانات الجدول رقم (6) معاملات الارتباط "بيرسون" بين توجيه المسؤولية للمسؤول عن معالجة المناخ علي جانب، وكل من متوسط درجات الاستجابة البيئية العامة GER ومتوسط درجات الاستجابات البيئية GERS علي الجانب الآخر، حيث أوضحت النتائج الآتي:

1- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة وتوجيه المسؤولية للمتسبب في التغير المناخي تبين وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية

بين متوسط درجات الإستجابة البيئية العامة وكل من عبارة "الورش الصناعية الخاصة"، وعبارة "الحكومة" حيث بلغ معامل الارتباط (  $r = 0.226^{**}$  ) ،  $0.172^{**}$  لكل منهما علي الترتيب.

2- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للترفيه Leisure GER وتوجيه المسؤولية لمعالجة التغير المناخي تبين وجود علاقة طردية ومعنوية بالنسبة لجميع العبارات، فيما عدا عبارة "لا أعرف" فقد جاءت العلاقة عكسية ومعنوية (  $r = -0.096^{**}$  )، بينما جاء الارتباط عكسي وغير معنوي  $r = -0.048$  )، مع عبارة "أخري".

3- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للشراء Purchasing GER وتوجيه المسؤولية لمعالجة التغير المناخي فقد جاءت معاملات الإرتباط طردية ومعنوية لجميع الإجابات بينما جاءت عكسية ومعنوية لإجابة "لا أعرف" (  $r = -0.125^{**}$  )، كما جاءت عكسية وغير معنوية لإجابة "أخري" (  $r = -0.019$  ).

4- بينما جاءت معاملات الإرتباط بين متوسط قيم GER للأسرة المعيشية والمسؤولين عن معالجة التغير المناخي طردية ومعنوية، فيما عدا عبارة "لا أعرف" فقد جاءت العلاقة عكسية ومعنوية (  $r = -0.167^{**}$  )، بينما جاءت العلاقة طردية وغير معنوية (  $r = 0.014$  ) بالنسبة لعبارة "أخري".

5- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الإستجابة البيئية للسفر Travel GER والمسؤولين عن معالجة التغير المناخي فقد جاءت علاقة الارتباط طردية ومعنوية فيما عدا عبارة "لا أعرف" حيث جاءت العلاقة عكسية ومعنوية (  $r = -0.083$  )، بينما جاءت العلاقة عكسية وغير معنوية لعبارة "أخري". من كل ماسبق يتضح أن توجيه المسؤولية للمؤول عن معالجة المناخ يميل إلى

الارتباط بقوة أكبر بالسلوكيات الأسرية أو الشرائية. أيضا تؤكد النتائج علي صحة الفرضية الثانية القائلة: بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات البيئية GERS والمسؤول عن معالجة تغير المناخ من وجهة نظر المستهلكين.

#### 5-العلاقة بين المسؤولية البيئية وإتجاهات المبحوثين:

يوضح الجدول رقم (7) مصفوفة معاملات الارتباط "ليبرسون" لمتوسط درجات مقياس الاستجابات البيئية GER مقابل (20 عبارة) لإتجاهات المستهلكين بعينة البحث.

جدول رقم (7) مصفوفة معاملات الارتباط "ليبرسون" للعلاقة بين الإستجابة البيئية وإتجاهات المستهلكين

العبارات	العلامة البيئية الاستجابية	GER الترفيهية	Purchasing GER المشتريات	Household المعيشية الأسرة	السفر Travel GER
1- أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ	-0.022	*0.245 (*)	*0.320 (*)	*0.275 (*)	*0.237 (*)
2- تبالغ وسائل الإعلام في الأثار المحتملة لتغير المناخ	0.034	*0.187 (*)	*0.161 (*)	*0.088 (*)	*0.175 (*)
3- يحدث تغير المناخ بشكل كبير بسبب الأنشطة البشرية	0.005	*0.189 (*)	*0.167 (*)	*0.129 (*)	*0.161 (*)
4- لقد حدث تغير المناخ عدة مرات في تاريخ البشرية وهو جزء من التغير الطبيعي للمناخ	0.054 (*)	0.127 (**)	*0.088 (*)	*0.029 (*)	*0.096 (*)
5- يمثل النمو الإقتصادي للبلدان النامية (الهند- الصين) أكبر تهديد لمناخ العالم	0.015	0.044	*0.083 (*)	*0.112 (*)	0.023

نموذج مقترح لتقدير الاستجابة البيئية العامة للمستهلكين في ظل ظاهرة التغيرات المناخية

-	-	-	-	0.055	6- لقد فات الأوان لفعل أي شيء بشأن تغير المناخ
*)0.061	*)0.213	*)0.147	*)0.073	(*	
-	-	-	-	-	7- ينبغي تنسيق محاولات معالجة تغير المناخ علي المستوي الدولي لكي تكون ناجحة
*)0.076	*)0.144	*)0.141	*)0.071	0.067	
(*	(*	(*	(*	(**	
-	-	-	-	0.006	8- يجب أن تفرض الحكومة سياسات بيئية أكثر صرامة من أجل الحفاظ علي المناخ
*)0.159	*)0.173	*)0.238	*)0.172		
(*	(*	(*	(*		
-	-	-	-	-	9- يعد ضبط انبعاثات الكربون طريقة جيدة للحد من أثار تغير المناخ.
*)0.196	*)0.114	*)0.144	*)0.185	0.023	
(*	(*	(*	(*		
-	-	-	-	-	10- يمكن للمستهلكين المساعدة في الحد من تأثير تغير المناخ إذا كان بإمكانهم تغيير مايشترونه علي أساس منظم.
*)0.177	*)0.231	*)0.324	*)0.215	0.021	
(*	(*	(*	(*		
-	-	-	-	0.027	11- لا فائدة من محاولة خفض الانبعاثات علي المستوي الفردي.
*)0.137	*)0.276	*)0.254	*)0.140		
(*	(*	(*	(*		
-	-	-	-	0.029	12- أريد حوافز مالية لإتخاذ الإجراءات اللازمة بشأن تغير المناخ.
*)0.059	0.041-	*)0.053	0.046-		
(		(			
-	-	-	-	0.021	13- لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراء بشأن تغير المناخ إذا لم يفعل الآخرون ذلك.
*)0.167	*)0.265	*)0.260	*)0.176		
(*	(*	(*	(*		
-	-	-	-	-	14- يجب علي شركات الأعمال أن تأخذ قضية تغير المناخ علي محمل الجد.
*)0.171	*)0.255	*)0.252	*)0.174	0.039	
(*	(*	(*	(*		

تابع جدول رقم (7)



السفر Travel GER	الأسرة المعيشية Household GER	المشتريات Purchasing GER	الترفيه Leisure GER	الاستجابة البيئية GER	العبارات
(**0.126	(**0.216	(**0.214	(**0.127	0.048-	15- يجب علي شركات الأعمال إرسال المستندات والبيانات والوثائق اليكترونيا كلما أمكن ذلك.
(**0.232	(**0.207	(**0.287	(**0.244	0.009	16- أريد المزيد من المعلومات عن الشركات حول ماتفعله لمواجهة تغير المناخ.
0.024	0.011-	0.022-	0.024	0.027	17- أثق بأن الشركات ستتحمل المسئولية عندما يتعلق الأمر بتغير المناخ.
(**0.236	(**0.233	(**0.386	(**0.281	0.027-	18- أود أن أتحول نحو منتجات الشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.
(**0.135	(**0.132	(**0.183	(**0.121	0.012-	19- أفضل أن تقوم الشركات بعدم تخزين المنتجات التي تضر بالبيئة
(**0.176	(**0.217	(**0.263	(**0.194	0.041-	20- أود الحصول علي مزيد من المعلومات بشأن المعلومات التي قدمتها الشركات حول كيفية التعامل مع تغير المناخ.

المصدر: جمعت بمعرفة الباحثة وحسبت عن طريق برنامج SPSS ver.24.

(\*\*) Correlation is significant at the 0.01level (2 tailed).

(\*) Correlation is significant at the 0.05 level (2 tailed).

يلاحظ من نتائج الجدول رقم (7) الآتي:

1- بالنسبة للعلاقة بين متوسط درجات الاستجابة البيئية العامة GER

وإتجاهات المستهلكين يتضح وجود علاقة ارتباط طردي ومعنوي بين كل من عبارة

"لقد حدث تغير المناخ مرات عديدة في تاريخ البشرية وهو جزء من التحول الطبيعي

للمناخ" (ر = 0.054\*)، وعبارة "لقد فات الأوان لفعل أي شيء بشأن تغير المناخ"

(ر = 0.055\*)، بينما جاءت العلاقة عكسية ومعنوية (ر = -0.067\*) لعبارة

"محاولات معالجة تغير المناخ يجب أن تكون منسقة على المستوى الدولي لتكون ناجحة".

2- فيما يتعلق بمتوسط درجات الاستجابات البيئية Leisure GERS، واتجاهات المستهلكين فقد أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباط طردي ومعنوي بين عبارة "إنني قلق بشأن تغيرات المناخ" ومتوسط درجات الإستجابة البيئية لكل من الترفيهية، الشراء والاسرة المعيشية والسفر (ر=0.245\*\*، 0.32\*\*، 0.275\*\*، 0.237\*\*\*) لكل منهم علي الترتيب. أيضاً ترتبط عبارة "يمكن للمستهلكين المساعدة في الحد من تأثير المناخ إذا كان بإمكانهم تغيير مايشترونه علي أساس منظم" ارتباطاً طردياً ومعنوياً مع الإستجابة البيئية لكل من الشراء، والأسر المعيشية، والترفيه (ر= 0.215\*\*، 0.324\*\*، 0.231\*\*، 0.177\*\*\*) لكل منهم علي الترتيب، وبوجه عام هناك ارتباطات طردية معنوية وارتباطات طردية عكسية بين متوسط درجات الاستجابات البيئية GERS واتجاهات المستهلكين. مما يؤكد علي صحة الفرضية الثالثة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية البيئية GERS واتجاهات المستهلكين.

#### نتائج تحليل الانحدار:

تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار لدراسة العلاقة بين متغير الإستجابة البيئية العام GER وكل مجموعة من مجموعات GERS كمتغيرات تابعة (dependent Variable)، والاتجاهات كمتغير مستقل (independent Variables)، كما تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار التدريجي stepwisw Regression Analyese للحصول علي أهم المقدرات للنموذج المقترح، ولقد بلغت قيم مربع معامل التحديد المعدل  $R^{-2}$  (Adjusted R square)

( $0.250=2^{-2}$ ) لمتغير الإستجابة البيئية العامة، ( $0.145=2^{-2}$ ) لمتغير الإستجابة البيئية للأنشطة المنزلية (الأسر المعيشية) ( $0.101=2^{-2}$ ) لمتغير الإستجابة البيئية للسفر، ( $0.214=2^{-2}$ ) لمتغير الإستجابة البيئية للشراء، ( $0.118=2^{-2}$ ) لمتغير الاستجابة البيئية للترفيه مما يوضح أن متوسط الاستجابة البيئية العام يتوقع ما بين 10 - 25% من التباين في سلوك المستهلك.

جدول رقم (8) نتائج تحليل الإنحدار لمقياس الإستجابة البيئية العام GER والاستجابات البيئية GERS ( كمتغير تابع ) والمتغيرات المستقلة (مسؤولية تغير المناخ- مسؤولية معالجة المناخ- إتجاهات المبحوثين)

B	SE B	$\beta$	مقدرات النموذج (المتغيرات المستقلة الداخلة بالنموذج)	الإستجابة البيئية العامة GER
2.48-	1.2	0.07- (*)	1-المسؤول عن حدوث التغير المناخي الحكومة	
2.37-	1.03	0.08- (*)	2-المسؤول عن معالجة التغير المناخي "الحكومة	
3.04-	1.44	0.07- (*)	3-المسؤول عن معالجة التغير المناخي لا أعرف".	
1.81	0.42	0.15 (**)	4- أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ.	
0.93-	0.36	- 0.08 (**)	5-يحدث تغير المناخ بشكل كبير بسبب الأنشطة البشرية.	
- 0.084	0.39	0.06- (*)	6-ينبغي تنسيق محاولات معالجة تغير المناخ علي المستوى الدولي لكي تكون ناجحة.	
1.47	0.42	0.11 (**)	7-يمكن للمستهلكين المساعدة في الحد من تأثير تغير المناخ إذا كان بإمكانهم تغيير مايشترونه علي أساس منتظم.	
0.96-	0.36	- 0.08 (**)	8- لا فائدة من محاولة خفض الانبعاثات علي المستوى الفردي.	
0.92-	0.28	- 0.08 (**)	9- أريد حوافز مالية لإتخاذ الإجراءات اللازمة بشأن تغير المناخ.	
1.6-	0.35	-	10- لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراء بشأن تغير المناخ	

نموذج مقترح لتقدير الاستجابة البيئية العامة للمستهلكين في ظل ظاهرة التغيرات المناخية

		0.13(**)	إذا لم يفعل الآخرون ذلك.	الإستجابة البيئية للأسرة المعيشية GER Household Activities
1.04	0.41	0.09(**)	11- أريد المزيد من المعلومات عن الشركات حول ماتقله لمواجهة تغير المناخ.	
2.77	0.43	0.21(**)	12- سوف أتحول كعميل نحو الشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.	
1.53-	0.57	0.1-(**)	1- المسؤول عن حدوث التغير المناخي الحكومة	
0.86	0.39	0.07(*)	2- المسؤول عن حدوث التغير المناخي "الدول النامية".	
0.63	0.20	0.12(**)	3- أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ	
0.29	0.15	0.06(*)	4-تبالغ وسائل الإعلام في الأثار المحتملة لتغير المناخ.	
0.38-	0.17	0.07-(*)	5- يحدث تغير المناخ بشكل كبير بسبب الأنشطة البشرية.	
0.31-	0.16	0.06-(*)	6- لقد فات الأوان لفعل أي شئى بشأن تغير المناخ.	
0.39-	0.18	0.07-(*)	7- ينبغي تنسيق محاولات معالجة تغير المناخ علي المستوي الدولي لكي تكون ناجحة.	
0.53-	0.17	0.1-(**)	8- لا فائدة من محاولة خفض الانبعاثات علي المستوي الفردي.	
0.44	0.20	0.08(*)	9- أود أن أتحول نحو الشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.	

تابع جدول رقم (8)

B	SE B	$\beta$	مقدرات النموذج (المتغيرات المستقلة الداخلة بالنموذج)	الإستجابة البيئية للسفر
1.31	0.65	0.08(*)	1-المسؤول عن حدوث التغير المناخي "المنظمات غير الحكومية"	
0.8	0.37	0.08(*)	2- المسؤول عن حدوث التغير المناخي "لأعرف"	
- 0.77	0.3	0.1-(*)	3- المسؤول عن معالجة التغير المناخي "الحكومة"	

-	0.42	-	4- لا أعرف من المسؤول عن معالجة التغير المناخي.
1.09		(**)0.09	
0.38	0.12	(**)0.12	5-أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ.
-	0.09	(*)0.08	6-تبالغ وسائل الإعلام في الآثار المحتملة لتغير المناخ.
0.23			
0.2	0.1	(*)0.06	7- لا أستطيع فعل اي شيء بشأن تغير المناخ فقد فات الوقت.
0.3	0.1	(**)0.09	8- يعد ضبط انبعاثات الكربون طريقة جيدة للحد من آثار تغير المناخ.
-	0.08	(**)0.07	9- الحوافز المادية تؤثر ايجابا علي نحو تحولي لمسئولتي تجاه ظاهره التغير المناخي.
0.22			
-	0.1	-	10- لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراء بشأن تغير المناخ إذا لم يفعل الآخرون ذلك.
0.28		(**)0.09	
0.46	0.12	(**)0.14	11- أريد المزيد من المعلومات عن الشركات حول ماتفعله لمواجهة تغير المناخ.
0.29	0.13	(*)0.08	12- أود أن أتحول نحو منتجات الشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.
1.43	0.73	(*)0.9	1- اتحمل مسئولية التغير المناخي .
-	0.63	(*)0.08-	2- المسؤول عن معالجة التغير المناخي الحكومة
1.47			
0.81	0.26	(**)0.11	3-أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ.
0.6-	0.22	-	4-يتسبب البشر في حدوث ظاهرة التغير المناخي بشكل كبير بسبب الجور على الموارد الطبيعية.
		(**)0.08	
1.09	0.26	(**)0.14	5-يمكن للمستهلكين المساعدة في الحد من تأثير تغير المناخ إذا كان بإمكانهم تغيير مايشترونه علي أساس منتظم.
0.5-	0.17	-	6- يمكن تقديم حوافز مالية لإتخاذ الإجراءات اللازمة بشأن تغير المناخ للمستهلكين .
		(**)0.07	

الإستجابة البيئية للشراء  
GER Purchasing

-0.69	0.212	0.1- (**)	7- لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراء بشأن تغير المناخ إذا لم يفعل الآخرون ذلك.
2.04	0.26	0.26 (**)	8- أود أن أتحول نحو منتجات الشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.

تابع جدول رقم (8)

B	SE B	$\beta$	مقدرات النموذج (المتغيرات المستقلة الداخلة بالنموذج)	الإستجابة البيئية للترفيه GER Liesure
1.02	0.44	0.09 (*)	1-المسؤول عن حدوث التغير المناخي "المنظمات غير الحكومية"	
-0.59	0.2	0.11 (**)	2-المسؤول عن معالجة التغير المناخي "الحكومة".	
0.21	0.08	0.1 (**)	3-أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ.	
-0.14	0.06	0.07- (*)	4-تبالغ وسائل الاعلام في الآثار المحتملة لتغير المناخ.	
0.2-	0.07	0.09 (**)	5-لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراء بشأن تغير المناخ إذا لم يفعل الآخرون ذلك.	
0.35	0.08	0.15 (**)	6-أود أن أتحول الى المنتجات بالشركات التي تعمل علي الحد من تغير المناخ.	

المصدر: جمعت من بيانات إستمارة الاستقصاء وحسبت عن طريق برنامج SPSS ver.24.

(\*\*) Correlation is significant at the 0.01level (2 tailed).

(\*) Correlation is significant at the 0.05 level (2 tailed).

من نتائج الجدول رقم (8) تلاحظ الآتي:

1-جاءت عبارات الإتجاهات الي جانب عبارات توجيه المسؤولية سواء في التسبب في تغير المناخ أو معالجته كأهم المقدرات في النموذج، حيث تضمن النموذج المقدرات المعنوية فقط.

2- تمثلت أهم المتغيرات المستقلة لمسؤولية التسبب في المناخ ومعالجته في إجابة "الحكومة"، بينما تمثلت متغيرات الإتجاهات في كل من عبارة "أنا قلق بشأن تأثيرات تغير المناخ"، وعبارة "أود أن أتحول نحو الشركات التي تعمل على الحد من تغير المناخ، يليها عبارة "أنا لا أفهم لماذا يجب أن أتخذ إجراءً بشأن تغير المناخ إذا لم يفعل الآخرون كذلك"، وعبارة "تبالغ وسائل الاعلام في الأثار المحتملة لتغير المناخ"، والتي جاءت من أهم المقدرات بالنسبة لنماذج الاستجابة البيئية.

3- بالنسبة لمحور الإستجابة البيئية للأسرة المعيشية، فقد تبين أنه علي الرغم من وجود إتفاق علي عبارة "تغير المناخ ناتج إلى حد كبير عن الأنشطة البشرية" إلا أن قيمة ( $B = -0.38$ ) مما يعني أنه بزيادة المتغير المستقل وحدة واحدة فإن المتغير التابع (الإستجابة البيئية للأنشطة المنزلية) سوف يقل بمقدار 0.38 درجة.

## 8-نتائج البحث

1- لقد أوضحت نتائج البحث أنه علي الرغم من الجدل حول إستخدام المتغيرات الإجتماعية والديموجرافية إلا أنها تلعب دوراً هاماً في فهم السلوكيات المؤيدة للبيئة والتنبؤ بها، كما أوضحت النتائج وجود علاقة واضحة بين شعور المستهلكين المصريين بالمسؤولية البيئية وسلوكياتهم الإستهلاكية المتعلقة بالبيئة، كما أشارت النتائج إلى أن الإناث أكثر إهتماماً من الذكور بالمسؤولية عن البيئة خاصة فيما يتعلق بالسلوكيات الشرائية، أيضاً هناك علاقة واضحة بين المستوي التعليمي وتحمل المسؤولية البيئية المسببه للتغيرات المناخية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة تيسل وآخرون (2008).

- 2- في حين لم تثبت النتائج وجود علاقة بين المستوى الاجتماعي وتحمل المسؤولية عن الأنشطة البيئية المتسببة في ظاهرة التغيرات المناخية بما يتفق والنتائج التي توصل إليها ياتيس(2009).
- 3- أيضاً توجد علاقة بين الفئات العمرية للمستهلكين وتحمل المسؤولية البيئية حيث أوضحت النتائج أن الفئات العمرية الأكبر سناً لديهم استعداد أكبر بتحمل المسؤولية البيئية للحد من ظاهرة تغير المناخ، وان الشعور بالمسؤولية ينمو ويزداد بمرور الوقت، مع قلة الاهتمام وانخفاض الشعور بالمسؤولية بين الأجيال الشابة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة واري-لاك وآخرون (2010).
- 4- أوضحت نتائج البحث أن الإتجاهات والمعرفة البيئية للمستهلكين من أكثر التأثيرات التي يتم الاستناد إليها للتعرف على سلوك المستهلكين.
- 5- أيضاً أوضحت النتائج أن المستهلكين المصريين أقل تأثراً بالإحساس بالمسؤولية في المنتجات الخاصة بأنشطة السفر والترفيه على الرغم من وجود ارتباط مع عبارة الإتجاهات القائلة بأن: "المستهلكين يمكن أن يساعدوا في تقليل تأثير تغير المناخ إذا كان بإمكانهم تغيير ما يشترونه بشكل منتظم نحو الأفضل تجاه التغيرات المناخية". وتتفق هذه النتيجة ودراسة بيكن (2007) التي أوضحت أنه عند مناقشة المسؤولية الفردية لإنبعاثات الغازات الدفيئة، كان السائحون أكثر ميلاً إلى مراعاة العوامل البيئية في أنشطتهم اليومية.
- 7- كما يوفر استخدام مقياس الإستجابة البيئية العام GER منهجية جديدة لحساب التأثيرات البيئية الصافية لسلوك المستهلك والتي يمكن تطويرها مستقبلاً طبقاً للمتغيرات السلوكية للمستهلكين.



## 9-توصيات البحث:

يوصي البحث بالآتي:

- 1- ضرورة اهتمام متخذي القرار التسويقي بدراسة العلاقة بين السلوك البيئي للمستهلكين مع إتجاهاتهم حول المنتجات لإيجاد نموذج عام لتصور للمسؤولية المشتركة للتعامل مع تغير المناخ بين المستهلكين والشركات .
- 2- محاولة خلق فرص للشركات والحكومات والمنظمات غير الحكومية لتطوير إستراتيجيات وتبني وجهة نظر المستهلكين للاستفادة من العلاقات المستدامة والتكاملية حول مسؤولياتهم الاجتماعية البيئية للمحافظة على مواردهم الطبيعيه لمواجهه ظاهره التغير المناخي للحفاظ على مركزها التنافسي فى الاسواق.
- 3- الاهتمام بقضيه التغير المناخي ومراعاة تأثيراتها على المستهلكين وتوضيح ذلك بصورة واضحة وبمنتهي الشفافيه مع الاعلان عنها فى الحملات التسويقية الموجه للمستهلكين لتحمل المسؤولية تجاه امكانيه الحد منها .

## المراجع العربية:

1. الأشحم، البغدادي خليل. (2021). العوامل المرتبطة بالسلوك الشرائي للمستهلك الليبي تجاه المنتجات الإستهلاكية المحلية دراسة إستطلاعية على عينة من سكان مدينة الزاوية. *المجلة الليبية للدراسات*، ع20.
2. تقرير البنك الدولي ومنظمة الامم المتحدة للاغذية والزراعة، 2021.
3. تقرير حالة البيئة في مصر 2010، إصدار ، 2011 جهاز شئون البيئة، وزارة الدولة لشئون البيئة.
4. عبدالرحمن، حافظ حماد. (2022). الابتكار في بحوث التسويق وأثرها على تغيير السلوك الشرائي للمستهلك: دراسة حالة على مصنعي بويات الشقوق والمهندس بولاية الخرطوم. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، ع12 ، 1 - 35.
5. محمد، قناوي حسين أحمد. (2016). مدخل عن التغيرات المناخية وآثارها. *مجلة كلية الآداب*، ع40 ، 243 - 259.
6. مؤتمر العمل الدولي، الدورة ١٠٢ ( ٢٠١٣ ) التنمية المستدامة والعمل اللائق والوظائف الخضراء، التقرير الخامس ، جنيف . ISBN 978-92-2-626867-8  
print

## المراجع الأجنبية

1. Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, pp. 179-211.
2. Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc
3. Anderson, W. T. and Cunningham, W. H. (1972), "The Socially Conscious
4. Attell-Thompson, L.M. (2005), "Consumer Directed Health Care: Ethical Limits to Choice and Responsibility," *The Journal of Medicine and Philosophy*, Vol 3, No 2, pp. 207 -226.
5. Bagozzi, R., Gürnao-Canli, Z. and Priester, J. (2002). *The Social Psychology of*
6. Bamberg, S. and Schmidt, P. (2003). "Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of

- Ajzen, Schwartz, and Triandis.” *Environment and Behavior*, Vol. 35, No. 2, pp. 264-285.
7. Becken, S. (2007), “Tourists' Perception of International Air Travel's Impact on the Global Climate and Potential Climate Change Policies”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, No. 4, pp. 351-368.
  8. Berkowitz, L. and Lutterman, K. G. (1968), “The Traditional Social Responsible Personality”. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 32 (summer), pp. 169-185.
  9. Bickman, L. (1972), “Environmental Attitudes and Actions.” *Journal of Social*
  10. Black, J.S., Stern, P.C. and Elworth, J.T. (1985), “Personal and Contextual Influences on Household Energy Adaptations”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 70, No. 1, pp. 3-21.
  11. Bricas, N. (2008), “Consumer Expectations and Responsibility/Attentes et
  12. Brinkmann, J. and Peattie, K. (2008), “Consumer Ethics Research: Reframing the
  13. *Consumer Behaviour*. Buckingham: Open University Press.
  14. Consumer”, *Journal of Marketing*, Vol. 36, pp. 23-31.
  15. Debate about Consumption for Good”. *Electronic Journal of Business Ethics and*
  16. Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B.B., Sinkovics, R.R. and Bohlen, G.M. (2003), “Can Socio-Demographics Still Play a Role in Profiling Green Consumers? A Review of the Evidence and an Empirical Investigation”, *Journal of Business Research*, Vol. 56, pp.465–480.
  17. Gabriel, Y. and Lang, T., (1995). *The unmanageable consumer: contemporary consumption and its fragmentation*, London: Sage
  - Giles, M. and Cairns, E. (1995), “Blood Donation and Ajzen’s Theory Of Planned Behaviour: An Examination of Perceived Behavioural Control”. *British Journal of Social Psychology*, Vol 34, No 2, pp. 173-188.
  18. Grob, A. (1995), “A Structural Model of Environmental Attitudes and Behavior”.
  19. Hansla, A., Gamble, A., Juliusson, A. and Gärling, T. (2008), “The Relationships between Awareness of Consequences, Environmental

- Concern and Value Orientations”, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 28, No 1, pp. 1-9.
20. Jackson, T. (2005), *Motivating sustainable consumption: a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change*. Sustainable Development Research Network. Jacoby, J. (1984), “Perspectives on Information Overload”, *Journal of Consumer Research*. Vol. 10, pp. 432-435.
21. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 15, No. 3, pp. 209-220.
22. Kaiser, F. G. and Shimoda, T. A. (1999), “Responsibility as a Predictor of Ecological Behaviour”. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 19, pp. 243-253.
23. Munksgaard, J., Pedersen, K.A. and Wier, M. (2000). “Impact of Household Consumption on CO2 Emissions”. *Energy Economics*. Vol. 22, pp.423-440.
24. Oom Do Valle, P., Rebelo, E., Reis, E. and Menezes, J. (2005), “Combining Behavioural Theories to Predict Recycling Involvement”, *Environment and Behavior*, Vol. 37, No. 3, pp. 364-396.
25. *Organisation Studies*, Vol. 13, No. 1, pp. 22-31
26. Peng, M. (2009), “Current Debates in Global Strategy”. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 11, No. 1, pp. 51-68.
27. *Psychology*, Vol. 87, No. 2. pp. 323-324.
28. R Consommateurs”, *OCL Oleagineux Corps Gras Lipides*, Vol. 15, No. 2, pp.142 -144.
29. -Rodrigues, J. and Domingos, T. (2008), “Consumer and Producer Environmental Responsibility: Comparing Two Approaches”. *Ecological Economics*, Vol. 66, pp. 533-546.
30. Schlegelmilch, B., Bohlen, G. and Diamantopoulos, A. (1996), ”The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness”, *European Journal of Marketing*, Vol. 30, No. 5, pp 35-55.
31. Schwartz, S. H. (1968), “Words, Deeds and the Perception of Consequences and Responsibility in Action Situations”. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 10, pp. 232-242.
32. Schwartz, S. H. (1977), “Normative Influences on Altruism”, In: Berkowitz, L. ed. *Advances in experimental social psychology*. Vol. 10. New York: Academic Press, pp. 221-279.

33. Spangenberg, J. and Lorek, S. (2002), "Environmentally Sustainable Household Consumption: From Aggregate Environmental Pressures to Priority Fields of Action", *Ecological Economics*, Vol. 43, pp.127-140.
34. Stern, N. (2006), *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 692.
35. Stern, P. C. (2000), "Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behaviour". *Journal of Social Issues*, Vol. 56, No. 3, pp. 407-424.
36. Stern, P.C., Dietz, T., Abel, T, Guagnano, G.A. and Kalof, L. (1999), "A Value- Belief Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmental Concern". *Human Ecology Review*, 6, pp.
37. Straughan, R.D. and Roberts, J.A. (1999). Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behaviour in the New Millennium", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16, No. 6, pp. 558-75.
38. Teisl, M. F., Rubin, J. and Noblet, C.L. (2008). "Non-Dirty Dancing? Interactions between Eco-Labels and Consumers", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 29, No. 2, pp. 140-159.
39. Vinning, J. and Ebreo, A. (2002), "Emerging Theoretical and Methodological Perspectives on Conservation Behavior". In: Bechtel, R. and Churchman, A. eds. *New Handbook of Environmental Psychology*. New York: Wiley, pp. 541-558.
40. Webster, F. E. (1975), "Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer". *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, No. 3, pp. 188-196.
41. Williams, A. (2005), "Consumer Social Responsibility?" *Consumer Policy Review*, Vol. 15, No. 2, pp. 34-35.
42. World Resource Institute (2005), *Ecosystems and Human Well-being: Synthesis Report (Millennium Ecosystem Assessment)*, Island Press, Washington, DC.
43. Wray-Lake, L., Flanagan, C.A and Osgood, D.W. (2010), "Examining Trends in Adolescent Environmental Attitudes, Beliefs and Behaviors Across Three Decades, *Environment and Behavior*, Vol. 42, No. 1, pp. 61-85.
- Yates, L. (2009), *Green expectations: Consumers' understanding of green claims in*