

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ميسان / كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

التسويق الأخضر ودوره في تطوير البيئة - دراسة حالة - في محافظة ميسان

بحث مقدم إلى كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة الأعمال

وهو جزء من نيل شهادة البكالوريوس

في إدارة الأعمال

من قبل الطالبة
سارة رحيم سلمان

بإشراف
م. م. زينب خليل هاشم

2019

1440 هـ

م

الآية القرآنية

بسم الله الرحمن الرحيم

{أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَتُصْبِحُ الْأَرْضُ
مُخْضَرَّةً إِنَّ اللَّهَ لَطِيفٌ خَبِيرٌ}

[صدق الله العظيم]

[سورة الحج: 63]

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله الذي ذكره شرف للذاكرين وشكره فوز للشاكرين وحمده عز للحامدين وطاعته نجاة للطائعين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد وعلى آل بيته الطيبين الطاهرين .

وبعد, فعن رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم) إنه قال: من لم يشكر الناس لم يشكر الله .

أسجل بامتنان شكري وتقديري إلى أستاذتي المشرفة **م.م. زينب خليل**.

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى **م.م. أياد رحيم**.

وشكراً إلى **د. زاهد قاسم**. وشكراً للمرشد والناصح **د. فائز عبد الحسن** .

ولا أنسى أن أشكر الأستاذ **م.م. مرتضى طعمه**.

وإلى جميع أستاذتي الكرام الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة .

وأتوجه بالشكر لكل من مد يد العون, ممن لم تسعفني الذاكرة بذكرهم . وختاماً أسأل الله العليّ القدير أن يجعله علماً نافعاً وينال إعجابكم .

إهداء

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى :

إلى شهداء العراق الذين ضحوا بأنفسهم من أجل وطنهم
وإلى جدي وجدتي أحبهما وأتمنى لكما الصحة ومديد العمر
واليك يا أمي يا عبيرا طيبا يفيض بالعطف وينبع بالنقاء
أليك يا قلبا عطوفا حنونا يا ابتسامة تحكي حب الأبناء
وأليك يا أبي يا من قدمت عمرك لنا ورضيت لنفسك الشقاء
أليك يا سندي ويا أمني وأمل منك نيل الرضاء
وأهديها إلى كل الأصدقاء والزملاء

الباحثة

سارة رحيم

انحصرت مشكلة البحث في بيان العلاقة بين التسويق الأخضر ودورة في تطوير البيئة . وتسليط الضوء على الدور الذي يؤديه التسويق الأخضر في الحفاظ وحماية البيئة , وقد تم اختيار عينة من موظفي شركات الاتصال في محافظة ميسان وكان عددهم 25 فردا . ويقوم البحث على فرضية مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للتسويق الأخضر وتطوير البيئة). وقد تم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات الإحصائية لتحليل ومعالجة البيانات باستخدام الحزم الإحصائية اللازمة . وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها التي أثبتت أن ممارسة التسويق الأخضر في الشركات يساهم بشكل ايجابي في تطوير البيئة , ووجود علاقة طردية بين التسويق الأخضر وتطوير البيئة , ومن أهم التوصيات (ضرورة قيام الشركات بتطبيق أبعاد التسويق الأخضر بشكل كفؤ وذلك من خلال مواكبة التطور التكنولوجي والتعرف على أحدث الطرق لتقديم منتجات وخدمات صديقة للبيئة).

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	ت
أ	الآية القرآنية الكريمة	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والتقدير	3
د	مستخلص البحث	4
هـ-و	فهرست المحتويات	5
ز	فهرست الأشكال	6
ز	فهرست الجداول	7
1	مقدمة البحث	8
	الفصل الأول - الإطار العام للبحث	9
2	المبحث الأول- منهجية البحث	10
2	أولا : مشكلة البحث	11
2	ثانيا : أهداف البحث	12
2	ثالثا : أهمية البحث	13
3	رابعا : فرضية البحث	14
3	خامسا : حدود البحث	15
3	سادسا : أساليب البحث	16
4	المبحث الثاني - الدراسات السابقة	17
5-4	الدراسات السابقة والغرض من استخدامها في البحث	19
	الفصل الثاني- الإطار النظري	20
6	المبحث الأول- التسويق	21
6	أولا : مفهوم التسويق	22
6-7	ثانيا : أهمية التسويق	23
8-7	ثالثا : أهداف التسويق	24
8-9	رابعا : الاتجاهات الحديثة للتسويق	25
9	خامسا : المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق	26
10	المبحث الثاني - التسويق الأخضر	27
11-10	أولا/مفهوم التسويق الأخضر	28
12-11	ثانيا/ أهمية التسويق الأخضر	29
12	ثالثا/أبعاد التسويق الأخضر	30
13-12	رابعا/استراتيجيات التسويق الأخضر	31
13	خامسا/المزيج التسويقي الأخضر	32
15-14	سادسا/ عناصر المزيج التسويقي	33
16	المبحث الثالث/البيئة	34
16	أولا/مفهوم البيئة	35
17-16	ثانيا/ المشكلات البيئية ومسبباتها	36
17	ثالثا/ مجالات علم البيئة المختلفة	37
18	رابعا/ مفهوم النظام البيئي	38
19-18	خامسا/التلوث البيئي وأشكاله	39

19	سادسا/ التعليم البيئي	40
	الفصل الثالث/ الجانب العملي	41
20	أولا/أداة البحث	42
20	ثانيا/ عينة البحث	43
21-20	ثالثا/ وصف عينة البحث	44
25-22	رابعا/ وصف متغيرات البحث	45
26	خامسا/ اختبار فرضية البحث	46
27-26	سادسا/ تحليل علاقة الأثر بين متغيرات الدراسة	47
	الفصل الرابع/ الاستنتاجات والتوصيات	48
28	أولا/ الاستنتاجات	49
29	ثانيا/ التوصيات	50
	المصادر العربية والأجنبية	51
31-30	أولا/ المصادر العربية	52
32	ثانيا/ المصادر الأجنبية	53
	الملاحق	54
35-33	استمارة استبيان	55

فهرست الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	ت
14	عناصر المزيج التسويقي	1
17	العلاقة بين التسويق الأخضر والبيئة	2

فهرست الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	ت
21	وصف عينة البحث	1
23	التوزيع التكراري , الوسط الحسابي , الانحراف المعياري , للتسويق الأخضر	2
25	التوزيع التكراري , الوسط الحسابي , الانحراف المعياري , للبيئة	3
26	علاقة الارتباط بين التسويق الأخضر وتطوير البيئة	4
27	علاقة تأثير التسويق الأخضر في تطوير البيئة	5

مقدمة البحث

يرتكز التسويق الأخضر على ترجمة متطلبات المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق والذي خرج للنور كاستجابة للتهديدات البيئية المتزايدة في السنوات الأخيرة حيث يتمحور التسويق الأخضر حول التزام منظمات الأعمال بالسلع والخدمات الصديقة للبيئة (السلع الغير ضارة بالمجتمع والبيئة الطبيعية) وذلك باعتباره نشاطا تسويقيا خاصا يهدف إلى خلق تأثير ايجابي أو إزالة التأثير السلبي لمنتج معين على البيئة. واستنادا إلى ذلك يتحتم على الشركة اتخاذ كافة الإجراءات الهادفة إلى وضع أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية وفي ضوء الموارد المالية والبشرية المتاحة وبالنظر للأولويات المقررة، وذلك لان نجاح أو فشل الأهداف يعتمد بدرجة كبيرة على مختلف العوامل البيئية وخاصة الخارجية منها. وتستخدم مصطلحات المنتجات الخضراء أو المنتجات البيئية أو المنتجات ذات الوعي البيئي لوصف المنتجات التي تعمل على حماية البيئة أو تحسين البيئة الطبيعية وذلك عن طريق حفظ الطاقة والموارد ومنع أو خفض استعمال المواد الضارة وإنتاج أقل ما يمكن من الانبعاث أو النفايات وتدوم لفترة حياة طويلة وقابلة لإعادة التدوير بعد نهاية عمرها الافتراضي. وبناء على ذلك قد أصبح لزاما على الشركات الرغبة بالاستمرار في عملها أن تسعى لتحسين جودة منتجاتها وتقديم خدمات جديدة غير ملوثة للبيئة حتى تستمر في عملها وتحافظ على سمعتها وبقاء أسواقها مستقبلا. وتعد شركة الاتصالات من الشركات المهمة في وقتنا الحاضر , ولأهمية هذه الشركة جاءت هذه الدراسة لمعرفة وتوضيح علاقة تأثير التسويق الأخضر في حماية وتطوير البيئة إذ يكتسب الموضوع أهمية كبيرة لما له من تأثيرات جوهرية في تحديد الاتجاه العام لأنشطة الشركة قيد الدراسة.