



التسويق الأخضر كاتجاه حديث نحو تحقيق التنمية المستدامة

[8]

سهى مصطفى الديب¹ - أحمد عبدالعزيز السيد²

1. قسم الدراسات الاقتصادية - شعبة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية - مركز بحوث الصحراء - القاهرة - مصر
2. قسم الارشاد الزراعي - شعبة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية - مركز بحوث الصحراء - القاهرة - مصر

المستدامة. تم تطبيق البحث على عينة قوامها (150) مبحوثا تم اختيارها عشوائيا من (5) سوبر ماركت وتم تجميع البيانات باستمارة استبيان أعدت خصيصا لتحقيق أهداف البحث عن طريق المقابلة الشخصية. وقد تم تحليل البيانات واستخراج النتائج باستخدام النسب المئوية، المتوسطات، وتحليل الارتباط. وقد أظهرت نتائج التحليل أن الغالبية العظمى من المبحوثين لم يكن لديهم معرفة عن التسويق الأخضر لأنه مفهوم جديد جدا بالنسبة لهم، كما اوضحت النتائج إقتناع المبحوثين بأهمية التسويق الأخضر، وإستعدادهم لدفع تكلفة إضافية للمنتجات الخضراء، أيضا اتفق غالبية المبحوثين على دعم التسويق الأخضر والتنمية المستدامة، كما أوضحت نتائج تحليل الارتباط بين اتجاه المبحوثين نحو المنتجات الخضراء والخصائص الديموجرافية لهم أن هناك ارتباطا معنويا سالباً بين السن مع اتجاه المبحوثين نحو المنتجات الخضراء، فى حين أن هناك ارتباطا معنويا موجبا بين كل من التعليم والدخل مع اتجاه المبحوثين نحو المنتجات الخضراء.

الكلمات الدالة: التسويق الأخضر، توجه المبحوثين، التنمية المستدامة

الموجز

يعد الحفاظ على البيئه أحد الموضوعات الهامه فى الوقت الراهن، حيث تتجه الحكومه والمجتمع نحو زيادة الوعى بأهمية الحفاظ عليها و الاهتمام بها مما سيؤدى بالتبعيه إلى إستخدام المنشآت والمنتجين التسويق الاخضر كأحد الاستراتيجيات اللازمه لحماية البيئه وتحقيق الربح، والتسويق الأخضر هو عملية تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين بطريقة تحقق منفعة أو عائدا لكل من المنتج والمجتمع مع الحفاظ على البيئه الطبيعى وذلك من خلال إمداد المستهلكين بمنتجات أقل ضررا بالبيئه و / أو منتجات صديقه للبيئه، يستهدف البحث التعرف على وعي المبحوثين عن التسويق الأخضر وتأثيره على التنمية المستدامة وتقدير توجه المبحوثين نحو التسويق الأخضر والتنمية