مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: قياس اتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية الطبيعية دراسة مسحية على المستهلكين من طلاب وخريجي الماجستير في جامعة تشرين
اسم الكاتب: د. سليمان علي، إباء حبيب
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4593
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 15:36 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (36) العدد (5) 2014
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (36) No. (5) 2014

قياس اتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية الطبيعية دراسة مسحية على المستهلكين من طلاب وخريجي الماجستير في جامعة تشرين

الدكتور سليمان علي*
إباء حبيب**

(تاريخ الإيداع 19 / 6 / 2014. قُبِل للنشر في 10 / 9 / 2014)

□ ملخّص □

مع تزايد الاهتمام العالمي بمقاييس الصحة السليمة والسعي لخلق حياة أفضل، تزايد الاهتمام بمنتجات الأغذية العضوية والتي تعتبر أكثر أماناً للصحة وللبيئة الطبيعية. وهدف البحث إلى اكتشاف علاقة الارتباط بين توجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية وبين كل من (الخصائص الديموغرافية– الاهتمام بالصحة– الاهتمام بحماية البيئة– مدى المعرفة بالأغذية العضوية) وذلك عبر القيام بالتحليل الاحصائي للبيانات المجمعة من الاستبيانات التي تم توزيعها على عينة قدرها 330 من طلاب وخريجي الدراسات العليا في جامعة تشرين خلال الربع الأول من عام 2014. وتمّ الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث لدراسة العلاقة بين المتغيرات. واستخدام البرنامج الإحصائي spss v.20 لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

وتبيّن من خلال الدراسة وجود علاقة ايجابية وهامة بين توجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية وبين العوامل المؤثرة على توجهاتهم (الوعي البيئي–المعرفة بالأغذية العضوية–العوامل الديموغرافية)، وأظهرت النتائج أن الاهتمام بالصحة لم يكن دافعاً كافياً لاستهلاك الأغذية العضوية وبالتالي لا توجد علاقة بينها وبين اتجاه المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

الكلمات المفتاحية: الأغذية العضوية – العوامل الديموغرافية – الاهتمام بالصحة – الاهتمام بحماية البيئة – توجهات المستهلكين.

*مدرس– قسم التسويق– جامعة حلب– سورية.
**طالب دراسات عليا (ماجستير) – كلية الاقتصاد الثانية– جامعة تشرين– طرطوس– سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (36) العدد (5) 2014
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (36) No. (5) 2014

Measuring Consumers Attitude toward Organic Food A Survey Study of Master Students & Graduates of Tishreen University

Dr. Suleiman Ali*
Ebaa Habib**

(Received 19 / 6 / 2014. Accepted 10 / 9 / 2014)

□ ABSTRACT □

With the recent rise of concern in food safety and environmental protection, the organic food market in the world expands rapidly. Being free of chemical fertilizers, patricides and preservatives, organic food represents a type of food that can free people from the threat of food poisoning or any other harmful effects arising from excess or illegal uses of harmful chemical in food. For research design, both exploratory and descriptive researches were conducted in this study. Concerning methodology, the quota sampling method was adopted with the sample size of 330. To analyze the collected data, the statistical analysis of Statistical Package for Social Science was applied.

Findings show that there are positive relationships of attitude, demographic characteristics , environmental concerns and organic food knowledge with the frequency of organic food consumption are proved.

Keywords: Organic Food; Demographic Characteristics; Health Environmental Consciousness; Concerns; Consumer Attitude

*Assistant Professor , Department of Marketing, Faculty of Economics, Aleppo University, Aleppo, Syria.
**Postgradute Student, Department of Business Administration, Faculty Of Economics2, Tishreen University , Tartous, Syria.

مقدمة:

نشهد في أيامنا الحالية تغيرات سريعة في أنماط استهلاك الأغذية ، ويعزى ذلك إلى الاهتمام المتزايد بحماية البيئة والقلق المرتبط بالقضايا الصحية وسلامة الغذاء. وأمست قضايا تحسين النوعية والجودة وضمان الغذاء الصحي، تجذب انتباه المستهلك للأغذية العضوية الخالية من المبيدات والبقايا الكيميائية.

وبالرغم من أن مصطلح "الغذاء العضوي" يبدو معروفاً لدى نسبة كبيرة من المستهلكين، إلا أنّ نسبة قليلة منهم تقوم بشرائه بشكل دوري.

مشكلة البحث:

يطرح هذا البحث مسألة تأثير نوع الغذاء(العضوي) على اتجاهات المستهلك، ومن ضمن القضايا التي يثيرها هذا البحث مدى الوعي الموجود لدى المستهلكين من العينة المختارة والمتمثلة بطلاب وخريجي الماجستير حول هذا النوع من الأغذية التي أصبحت شائعة في حياتنا، وما هو مدى التأثير الذي تحدثه هكذا نوعية من الأغذية على اتجاهات المستهلك وبالتالي نستطيع الحكم على هذه الاتجاهات فيما إذا كانت سلبية أو ايجابية. ويمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤلات التالية:

1- ما هي العوامل التي تدفع المستهلكين من طلاب وخريجي الماجيستير في جامعة تشرين الى شراء هذه الأغذية؟

2- ما هو تأثير مدى المعرفة بهذه الأغذية العضوية على اتجاهات المستهلكين نحوها؟

أهمية البحث وأهدافه:

الأهمية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها إلى معرفة خصائص مستهلكي الأغذية العضوية من طلاب وخريجي الماجيستير في جامعة تشرين (الخصائص الديموغرافية، اتجاهاتهم، وعيهم للصحة، اهتمامهم بالبيئة) ومدى معرفتهم بالأغذية العضوية أو سلوكهم تجاهها.

وتسعى هذه الدراسة أيضا إلى إعطاء مسوقي الأغذية لمحة عن مدى أهمية الأغذية العضوية ومدى أهمية توجيه استراتيجياتهم نحو تسويق هذه الأغذية. وبالنهاية فإن نتائج هذه الدراسة قد تفيد كل من المستهلكين، المصنعين والمجتمع بأكمله.

الأهداف:

وتتلخص أهداف البحث بما يلي:

1-اكتشاف أنماط استهلاك الأغذية العضوية لدى المستهلكين المستهدفين.

2-معرفة الاتجاهات العامة للناس تجاه الأغذية العضوية.

3-تحديد علاقة المؤشرات الهامة (الخصائص الديموغرافية ، مستوى الاهتمام بالصحة، مستوى الاهتمام بالبيئة ، مدى المعرفة والالمام بالأغذية العضوية.) باتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على توجهات المستهلكين وبين توجههم نحو الأغذية العضوية. ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1-لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين العوامل الديموغرافية للمستهلكين واتجاهاتهم نحو الأغذية العضوية.

2-لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاهتمام بالصحة واتجاهات المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

3-لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاهتمام بالبيئة واتجاهات المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

4-لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى المعرفة بالأغذية العضوية واتجاهات المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

مجتمع وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث من مستهلكي الأغذية العضوية من طلاب وخريجي درجة الماجستير في جامعة تشرين، وتمَ اختيار هذا المجتمع نظراً للمستوى التعليمي والثقافي العالي لدى أغلب أفراد هذا المجتمع. حيث كان من الضروري توفَر مستوى ثقافي ومعرفي عالي نسبياً للتمكن من الإجابة على أكبر قدر من أسئلة الاستبيان مما يكسبه مصداقية أكبر.

أما بالنسبة لعينة البحث فتم اختيار عينة من 330 طالب وخريج نفس مجتمع البحث وذلك حسب ما أورد (Saunders, M. et, al. 2004) جدولا يبينون فيه حجم العينة المناسب عند مستويات مختلفة من مجتمع الدراسة الأصلي. وبما أن مجتمع البحث يتكون من 1980 طالب وخريج ماجيستير حسب التعداد العام للسكان عام 2004 وفقا لإحصاءات المكتب المركزي للإحصاء، بالتالي حجم العينة المطلوب وفقاً للجدول رقم (1) يكون (322) مفردة عندما يكون حجم المجتمع المدروس 2000.

جدول رقم (1): حجم العينة المناسب عند مستويات مختلفة من مجتمع الدراسة الأصلي.

حجم المجتمع المدروس	حجم العينة عند هامش خطأ 5%	حجم العينة عند هامش خطأ 2%
200	132	185
250	151	226
300	168	267
400	196	434
500	217	514
750	254	571
1 000	278	706
2 000	322	1091

المصدر (Saunders, M. et al 2004)

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، ففي الجانب الوصفي تم إيضاح متغيرات الدراسة والعلاقة بينها نظرياً بالاعتماد على الأبحاث المنشورة في المجلات العلمية المحكمة، أما في الجانب التحليلي تمثل بدراسة عملية من خلال استبيان مصمم خصيصاً للبحث وبعد جمع البيانات الأولية بواسطة الاستبيان تم تحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي للعلوم الاجتماعية.

أدوات جمع البيانات:

-البيانات الثانوية: تم جمع البيانات النظرية من الأبحاث والدراسات السابقة والمنشورة في مجلات علمية مثل European Journal of Marketing المجلة الأوروبية للتسويق، European Journal of Social Sciences المجلة الأوروبية للبحوث الاجتماعية، Journal of the Academy of Marketing Science مجلة أكاديمية العلوم التسويقية، بالإضافة للعديد من الأبحاث الموثقة.

ومن الصعوبات التي واجهت الباحث في أثناء جمع البيانات: عدم توافر مراجع أو حتى دراسات مرجعية سابقة متخصصة في موضوع الأغذية العضوية باللغة العربية، مما اضطر الباحث إلى الاعتماد الكامل على مراجع ودراسات سابقة باللغة الانكليزية.

-البيانات الأولية: تم جمعها باستخدام استبيان صمم خصيصا لمعرفة علاقة الارتباط بين العوامل المؤثرة على توجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية واتجاهاتهم نحو شرائها.

حدود البحث:

- اقتصرت الدراسة على تأثير العوامل الديموغرافية والوعي البيئي ومدى الاهتمام بالصحة على تكرار شراء واستهلاك الأغذية العضوية
- اقتصرت الحدود الزمنية للبحث على الربع الأول من العام 2014.
- اقتصرت الحدود المكانية للبحث على جامعة تشرين.

الدراسات السابقة:

1-دراسة (Lau Kwan Yi،2009) بعنوان: سلوك المستهلك تجاه الأغذية العضوية في هونغ كونغ.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى فحص سلوك المستهلكين نحو الغذاء العضوي في مدينة هونغ كونغ، ومعرفة العوامل الرئيسية التي قد تشجعهم على شرائها أو تمنعهم من شرائها. وبالتالي كان هدف البحث الرئيسي جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ليكون أساس للقيام بأبحاث مركزة أكثر حول هذا الموضوع.

نتائج الدراسة: استنتجت الدراسة بأن هناك اختلاف واضح باستهلاك الغذاء العضوي تبعا للجنس، حيث كانت الإناث هن الشريحة الأكبر من مستهلكي الأغذية العضوية. كما أن هناك علاقة ايجابية بين توجه المستهلكين لشرائه ومدى اهتمامهم بالصحة.

2-دراسة (Nihan mutlu،2007)بعنوان:مقارنة اتجاهات المستهلكين في تركيا وألمانيا نحو الأغذية العضوية.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى المقارنة بين اتجاهات المستهلكين في تركيا والمانيا نحو الأغذية العضوية. والسعي لاكتشاف أوجه الشبه والاختلاف بينهما للمساعدة في معرفة الجدوى الاقتصادية لإنشاء شركة متعددة الجنسيات تنتج الأغذية العضوية وتوزعه لهذين البلدين.

نتائج الدراسة: خلصت الدراسة إلى أن هناك اختلاف واضح بين اتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية في البلدين من حيث العمر والجنس، حيث يقبل المستهلكين الذكور في تركيا على شراء الأغذية العضوية بعكس المستهلكين الذكور في ألمانيا، بينما تميل الشريحة العمرية الأكبر في ألمانيا والمستهلكة للأغذية العضوية لتكون من الأعمار ما بين (55-64) أما في تركيا فتتراوح أعمار المستهلكين للأغذية العضوية بالنسبة الأكبر بين (30-45) .ولكن يتشابه المستهلكين من حيث مستوى التعليم والمستوى الوظيفي.

3-دراسة(Jodranka deze,2007) بعنوان:تحليل مواقف المستهلكين تجاه استراتيجيات تسويق الأغذية العضوية في كرواتيا.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تحليل نسب مستهلكي الأغذية العضوية في كرواتيا ودراسة توجهاتهم والسعي لاكتشاف أفضل الاستراتيجيات التسويقية بما تتضمنه من نشاطات ترويجية وتقسيم السوق إلى قطاعات واضحة لتسهيل التعامل معها. بالإضافة إلى دراسة الدوافع الكامنة وراء شراء هذه الأغذية.

نتائج الدراسة: استنتجت الدراسة أن الاهتمام بحماية البيئة يشكل الدافع الأهم لشراء الأغذية العضوية. وأن البيع المباشر هو أفضل وأنسب طريقة لبيع الأغذية العضوية. إلا أن المستهلكين بشكل عام غير مستعدين لتحمّل الأسعار المرتفعة للأغذية العضوية.

4- دراسة(Chris times,2010) بعنوان:تحليل سلوك المستهلكين تجاه الأغذية العضوية، دراسة مسحية على المؤسسات العامة للأغذية في لندن-بريطانيا.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى جمع كافة المعلومات عن أسواق الأغذية العضوية والمحال التجارية المتخصصة في بيع الأغذية العضوية التي تجذب أكبر عدد من المستهلكين في مدينة لندن، وتحليل سلوك المستهلكين الملتزمين بالشراء من هذه المحال لتقديم فرصة للمقارنة بين المزاعم والأرقام الحقيقية لاستهلاك الأغذية العضوية.

نتائج الدراسة: استنتجت الدراسة بأن هناك تقارباً كبيراً بين الأرقام الحقيقية والمزعومة لاستهلاك الأغذية العضوية. كما خلصت إلى عدم وجود ولاء ثابت للزبائن تجاه محل تجاري معين أو سوق محدد. كما أن 23% من المستهلكين ليس لديهم نية بشراء الأغذية العضوية بسبب أسعارها المرتفعة مقارنة بالمنتجات الأخرى.

تقييم الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات السابقة على دراسة وتحديد العوامل الأكثر تأثيرا في سلوك المستهلك تجاه شراء الأغذية العضوية، ومن ضمنها العوامل الديموغرافية والاهتمام بالبيئة والصحة، وبالتالي كانت الدراسات السابقة بغالبها تسعى لتحديد أهم العوامل المؤثرة على اتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية وتفنيدها وتنظيمها لتساعد الدراسات اللاحقة في دراسة هذا الموضوع. وهو ما حاول الباحث الاستفادة منه في هذا البحث حيث ركزت هذه الدراسة على معرفة علاقة الارتباط بين العوامل الرئيسية المؤثرة على اتجاهات المستهلكين نحو الأغذية العضوية والمتمثلة في (الخصائص الديموغرافية- الوعي البيئي- الاهتمام بالصحة- الالمام والمعرفة بالأغذية العضوية) على اتجاهات المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

أدبيات البحث:

اولاً: مفهوم وأهمية الاتجاهات:

-**<u>الاتجاهات:</u>** يستخدم مصطلح "الاتجاه" بشكل واسع وبمعاني مختلفة، ومن أفضل التعاريف هو تعريف الباحث (Albort) حيث عرفه بأنه: " حالة ذهنية متراكمة من عملية المراقبة وترتيب وتنظيم الخبرات والتجارب الشخصية، لتساعد الفرد في تحسين استجابته في كافة الظروف المتعلقة به".

وتتأثر اتجاهات المستهلكين وسلوك شرائهم تجاه الأغذية العضوية بالعوامل الديموغرافية الخاصة بهم. فاتجاهات الشراء تتأثر بشكل رئيسي بالجنس، العمر، الدخل ، مستوى التعليم ، ووجود الأطفال بالعائلة (Chinnici et al 2002).

<u>أهمية دراسة وتحليل اتجاهات المستهلكين:</u>

يعد اتجاه المستهلك الشرائي من أهم العوامل التي تؤثر في سلوكه الشرائي، حيث يقوم المستهلك بشراء المنتج من سوق معين أو من ماركة معينة اعتماداً على توجهاته الخاصة. وبالتالي فإن تحليل هذه الاتجاهات يصبح أمر ضروري. وعلاوة على ذلك فإن دراسة هذه الاتجاهات تساعد أيضا في التنبؤ بمبيعات منتجات جديدة ترغب المنظمة بطرحها في الأسواق. وفي الوقت الحالي أصبحت أغلب الشركات تجري بشكل دوري دراسات مسحية لمعرفة التغيرات في توجهات المستهلكين لمساعدتها في تعديل استراتيجياتها بما يتناسب مع هذه التغيرات (Peter and Olson,2008)

<u>العوامل المؤثرة في الاتجاهات:</u>

تنقسم العوامل إلى نوعين: داخلية وخارجية.

1- العوامل الداخلية: وهي العوامل التي تؤثر على توجهات المستهلكين والتي تنشأ منهم ومن داخلهم. مثل: العوامل الديموغرافية-دوافع المستهلك-مستوى المعرفة.

2- العوامل الخارجية: وهي العوامل التي تؤثر على توجهات الأفراد ولكن من المحيط الخارجي الذي يحيط بهم. مثل: الثقافة المكتسبة- الطبقة الاجتماعية-العادات والتقاليد.(chisnall,2001).

وسنتحدث بالتفصيل عن العوامل الداخلية كونها تمثل المتغيرات المستقلة لهذه الدراسة:

1-العوامل الديموغرافية: تلعب الخصائص الديموغرافية (الجنس- العمر- مستوى الدخل...) دوراً هامّاً في التأثير على السلوك الشرائي وذلك بطرق متعددة. فبالنسبة لمشتري الأغذية العضوية يكون غالباً أصغر عمراً من أولئك الذين لا يميلون لشرائها ، وبذلك فإن العمر يؤثر في اتجاه المستهلكين نحو هذه الأغذية ، فالشباب يولون اهتماماً أكبر بالبيئة بالرغم من كونهم غير قادرين على دفع مبالغ عالية نظراً لقدرتهم الشرائية الضعيفة. بينما نجد أن الأشخاص الأكبر عمراً يهتمون أكثر بصحتهم مما يجذبهم نحو الأغذية العضوية وبنفس الوقت يكونون مستعدين لدفع أسعار إضافية لشراء الأغذية العضوية (Baker et al 2002). مما يبين بأن العمر يؤثر على السلوك الشرائي حتى لو اختلفت أسباب هذا السلوك. وبالنسبة للجنس فنجد أن النساء أكثر اهتماماً بالأغذية العضوية مقارنة بالرجال، ولديهم مستوى تكرار شرائي أعلى من الرجال . وبالنسبة لمستوى الثقافة (التعليم) ، فإن الأشخاص ذوي التعليم العالي لديهم اتجاهات ايجابية للأغذية العضوية . وكذلك مستوى الدخل الذي يؤثر بشكل ايجابي على اتجاهات المستهلكين نحو هذه الأغذية . ونجد بأن الدخل يؤثر تحديداً على الكمية المشتراة من الأغذية العضوية وليس الرغبة بالشراء. فنجد أن

الكثيرين من ذوي الدخول المنخفضة يرغبون بشراء الأغذية العضوية، ولكن الأسعار المرتفعة للأغذية العضوية تحول دون شرائهم كميات كبيرة منها.(Grunert,2003)

2-الاهتمام بالصحة: يشير الاهتمام بالصحة إلى مدى تداخل القلق على صحة الفرد في نشاطاته اليومية ، وهو مايعتبر دافع وحافز لتحسين صحة الفرد ، وقد أظهرت الدراسات السابقة بأن الاهتمام بالصحة هو أهم سبب لشراء الأغذية العضوية، حيث اكتسبت الأغذية العضوية سمعة طيبة بما يخص ميزاتها وفوائدها الصحية كونها تنتج بطرق طبيعية بعيداً عن أي مواد كيمائية ممكن أن تكون مؤذية للصحة(Davis et al, 2004).

3-الاهتمام بالبيئة: يرتبط مستوى وعي الفرد بأهمية الحفاظ على البيئة بمدى رغبته بشراء المنتجات الطبيعية والتي تعتبر منتجات خضراء صديقة للبيئة، وبالرغم من أنها ليست قضية أولوية إلا أن لها أثر بالغ في استهلاك المنتجات العضوية . فهذه المنتجات تستخدم طرق صديقة ومراعية للبيئة في عمليات الإنتاج والتصنيع . وبالتالي يفترض بأن الأشخاص المهتمين بالبيئة يميلون إلى شراء الأغذية العضوية(Laroche et al 2001).

4-مستوى المعرفة بالأغذية العضوية: يشير هذا المستوى إلى مدى إلمام المستهلك بالأغذية العضوية وطرق انتاجها وفوائدها للبيئة الطبيعية ولصحة الفرد، ويساعده في تمييزها عن المنتجات الأخرى. ومن المفترض بأن هناك علاقة إيجابية بين مستوى المعرفة والاتجاه نحو استهلاك الأغذية العضوية، فهذه الأغذية أثبتت بأنها أكثر أماناً بكافة المعايير (Worsley,2005).

تعريف الغذاء العضوي:

- لا يوجد تعريف مشترك لكلمة "عضوي" بسبب اختلاف المعايير بين الدول لتحديده. ولكن بكلمات بسيطة يمكن القول بأن الغذاء العضوي: هو الغذاء الذي يتم تصنيعه بالشكل الذي يتم فيه استخدام الحد الأدنى من المواد الاصطناعية، والمواد الحافظة والتقليل من تعريضه للإشعاعات المؤذية. وتتم معالجة المنتجات العضوية بطرق صديقة للبيئة عبر استخدام تقنيات زراعية وأساليب انتاج تكفل الحفاظ على خصائص المنتج النهائي (Childs2003 ،Polyzees).

- وبشكل عام فإن الأغذية العضوية تشمل اللحم العضوي، الدواجن، الأجبان والألبان ، وغيرها من المنتجات الغذائية التي يتم إنتاجها من دون إعطاء الحيوانات أي مضادات حيوية أو هرمونات نمو. علاوة على ذلك يرى الباحث أن مصطلح "عضوي" لا يجب أن يكون مجرد تركيبة من تقنيات زراعية وأساليب انتاج غير مؤذية فحسب، بل إن معناه الأشمل يجب أن يحمل الاحترام للطبيعة والحياة ولفت الانتباه إلى المحافظة على النظام الحيوي لتحسين الحياة البيئية للأجيال القادمة .

النتائج والمناقشة :

بعد القيام بالمعالجة الاحصائية المناسبة للمتغيرات عبر برنامج SPSS الاحصائي، تم الحصول على النتائج التالية:

أولاً: اختبار ثبات متغيرات الدراسة: وذلك عبر مقياس ألفا كرونباخ وكانت النتيجة 71.4% وهي أكبر من 60% وبالتالي تعتبر القيمة مقبولة وهي درجة ثبات جيدة.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of items
.714	27

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

ثانياً- الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics:

(أ) الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالعوامل الديموغرافية:

المتغير		التكرار	%		التكرار	%
الجنس	ذكر	147	%44.5	أنثى	183	%55.5
العمر	27-22	175	%43			
	33-28	77	%23.4			
	37-34	78	%23.6			
مستوى الدخل الشهري	10000	204	%61.8			
	20000-11000	98	%19.7			
	above 21000	28	%8.5			

الجدول-1 المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

-الإحصاءات الوصفية المتعلقة بتوجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية:

الأسئلة	عدد المفردات	القيمة الأدنى	القيمة الأعلى	المتوسط	الانحراف المعياري
1-أنا لست مهتم بالأغذية العضوية .	330	2.00	5.00	3.77	.85108
2-أفضل شراء الأغذية العضوية.	330	2.00	5.00	3.94	.85067
3-الأغذية العضوية أكثر أماناً وموثوقية.	330	1.00	5.00	4.08	.86082
4-الأغذية العضوية ذات نوعية أفضل.	330	1.00	5.00	4.02	.96379
5-الأغذية العضوية ذات طعم أفضل.	330	1.00	5.00	3.75	.94682
6- الأغذية العضوية مغذية أكثر.	330	1.00	5.00	3.68	.94152
7-المنتجات العضوية غالية جداً.	330	1.00	5.00	3.83	.99549
8-غلاف المنتجات العضوية أقل جاذبية.	330	1.00	5.00	3.90	1.02000
9-المنتجات العضوية مخصصة للأغنياء	330	.001	5.00	3.83	1.03529
10-هناك تنوع قليل بالمنتجات العضوية.	330	.001	5.00	4.06	.88557
11-هناك صعوبات في تمييز المنتجات العضوية الأصلية.	330	1.00	5.00	3.96	.93117

الجدول-2 المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

-الفرضية الاولى: من الجدول رقم (2) والذي يظهر اجابات المستهلكين على الأسئلة المتعلقة بتوجههم نحو الأغذية العضوية، نجد أن الوسط الحسابي تراوح بين (3.7 إلى 4) مما يشير إلى أن أغلب الإجابات كانت تميل إلى درجة الموافق، مما يؤكد توجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية.

(ب) الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالاهتمام بالصحة: (جدول رقم3)

الأسئلة	عدد المفردات	القيمة الأدنى	القيمة الأعلى	المتوسط	الانحراف المعياري
1- أنا قلق من وجود مواد كيميائية في غذائي .	330	1.00	5.00	3.88	.78212
2- أتجنب أكل الأطعمة التي تحوي هرمونات ومواد حافظة.	330	.001	5.00	3.79	.83236
3- أتناول دائماً أغذية طازجة وصحية.	330	1.00	5.00	3.90	1.02000
4- أقرأ عادة المعلومات الغذائية على أغلفة الأغذية.	330	.001	5.00	3.83	1.03529
5- تزايد اهتمامي بالصحة عما قبل .	330	.001	5.00	4.06	.88557
6- انتبه دائماً لنظامي الغذائي (الحمية).	330	1.00	5.00	3.96	.93117
Valid N (listwise)	330				

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول رقم (3) أن الأسئلة الستة الأولى المتعلقة بمدى اهتمام المستهلكين بالصحة وسطها الحسابي تراوح من (3.8) إلى (4) وهذا يشير إلى أن الغالبية العظمى من المستهلكين كانت إجاباتهم تميل إلى درجة الموافق على الأسئلة الموجهة بالاستبيان السابقة الذكر، مما يؤكد اهتمام المستهلكين بالصحة.

(ج) الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالاهتمام بالبيئة الطبيعية: (جدول رقم 4)

الأسئلة	عدد المفردات	القيمة الأدنى	القيمة الأعلى	المتوسط	الانحراف المعياري
1- أتجنب شراء المنتجات المغلفة بطريقة غير صديقة للبيئة.	330	1.00	5.00	3.64	.90476
2- أقوم دائماً بتوفير الطاقة.	330	1.00	5.00	3.65	.80873
3- أهتم بإعادة تصنيع كافة نفاياتي(بلاستيك، ورق.....)	330	1.00	5.00	3.77	.86287
4- أفضل شراء المنتجات ذات علامة "صديقة للبيئة".	330	1.00	5.00	3.87	.96038
5- أتبرع دائماً بالأغراض الصالحة لإعادة الاستخدام والتي لا أحتاجها.	330	1.00	5.00	3.74	1.08823
Valid N (listwise)	330				

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول رقم (4) وبالنظر إلى الأسئلة المتعلقة بالاهتمام بالبيئة الطبيعية من (Q7 – Q11) نجد أن الوسط الحسابي تراوح من (3.6 إلى 3.8) وهذا يشير إلى أن الغالبية العظمى من المستهلكين كانت إجاباتهم تميل إلى درجة الحياد. أي أن مؤشر الاهتمام بالبيئة قليل الأهمية بالنسبة للمستهلكين، والسبب قد يعود إلى قلة الوعي البيئي والثقافة العامة في المجتمع حول المحافظة على البيئة.

(د) الإحصاءات الوصفية المتعلقة بمستوى المعرفة بالأغذية العضوية: (جدول رقم 5)

الأسئلة	عدد المفردات	القيمة الأدنى	القيمة الأعلى	المتوسط	الانحراف المعياري
1- لا يُستخدم بإنتاج الأغذية العضوية أي مبيدات حشرية أو مواد كيميائية.	330	.001	5.00	3.73	.81470
2- الأغذية العضوية هي منتجات طبيعية.	330	.001	5.00	3.76	.84232
3- لا تحتوي الأغذية العضوية على مواد معدلة وراثياً.	330	1.00	5.00	3.90	1.02986
4- للأغذية العضوية قيمة غذائية أعلى من الأغذية العادية.	330	.001	5.00	3.80	.75210
5-لا توجد مواد حافظة بالأغذية العضوية.	330	.001	5.00	3.78	.81128
Valid N (listwise)	330				

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول رقم (5) أن الأسئلة من (Q12 إلى 16Q) والمتعلقة بالإلمام بالأغذية العضوية وسطها الحسابي تراوح من (3.7 إلى 3.9) وهذا يشير إلى أن الغالبية العظمى من العملاء كانت إجاباتهم تميل إلى درجة الموافق. وهو ما يعكس درجة جيدة من المعرفة والإلمام بخصائص الأغذية العضوية.

ثالثاً:اختبار الفرضيات:

-**الفرضية الرئيسية :** " لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على توجهات المستهلكين وبين توجههم نحو الأغذية العضوية."

الجدول رقم (5) ملخص اختبار أنوفا وفقا لطريقة إنتر (Enter)

Mode نموذج الانحدار	الارتباط	معامل التحديد	Adjusted R Square	الخطأ المعياري للتقدير
1 (إنتر)	.831(a)	.690	.674	.52028

a Predictors: (Constant)، policy، reliability، physical aspects، problem solving، personal interaction

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم (5) أن المتغيرات المستقلة المتضمنة بالدراسة وهي: العوامل الديموغرافية، الاهتمام بالصحة، الاهتمام بالبيئة، المعرفة بالأغذية العضوية، والتي تمثل العوامل الرئيسية المؤثرة على اتجاهات المستهلكين، مرتبطة بالمتغير التابع (اتجاه المستهلكين نحو الأغذية العضوية) بمقدار (0.831) وهو ارتباط قوي وطردي (موجب) لذلك نرفض الفرضية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة على النحو التالي: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على توجهات المستهلكين وبين توجههم نحو الأغذية العضوية.

- الفرضيات الفرعية:

جدول رقم (6) معاملات الانحدار

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.913	.411		-4.656	.000
العوامل الديموغرافية	.051	.020	.215	2.476	.015
الاهتمام بالصحة	.008	.026	.033	.324	.747
الاهتمام بالبيئة	.041	.020	.225	2.101	.038
المعرفة بالأغذية العضوية	.070	.034	.183	2.063	.042

a Dependent Variable: consumer attitude toward organic food

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS

- **الفرضية الفرعية الأولى 1.2:**

نلاحظ من الجدول رقم (6) بأن للعوامل الديموغرافية تأثير على اتجاه المستهلك نحو الأغذية العضوية، وهذا الأثر ذو دلالة إحصائية حيث مستوى الدلالة (0.015) وهو أقل من (0.05) لذلك نرفض الفرضية الفرعية الأولى والقائلة "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية واتجاه المستهلكين نحو شراء الأغذية العضوية.

- **الفرضية الفرعية الثانية 2.2:**

نلاحظ من الجدول رقم (6) بأن للاهتمام بالصحة تأثير على الاتجاه نحو الأغذية العضوية، وهذا الأثر ليس ذا أهمية حيث مستوى الدلالة (0.747)وهو أكبر من (0.05) لذلك نقبل الفرضية الثانية والقائلة "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالصحة و الاتجاه نحو شراء الأغذية العضوية".

- **الفرضية الفرعية الثالثة 3.2:**

نلاحظ من الجدول رقم (6) بأن للاهتمام بالبيئة تأثير على رضا توجه المستهلكين لشراء الأغذية العضوية، وهذا الأثر ذو دلالة إحصائية حيث مستوى الدلالة (0.038) وهو أقل من (0.05) لذلك نرفض الفرضية الثالثة والقائلة "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالبيئة الطبيعية و اتجاه المستهلكين نحو الأغذية العضوية".

- **الفرضية الفرعية الرابعة 4.2:**

نلاحظ من الجدول رقم (6) بأن لمستوى المعرفة بالأغذية العضوية تأثير على توجه المستهلكين نحو الأغذية العضوية، وهذا الأثر ذو دلالة إحصائية حيث مستوى الدلالة (0.042) وهو أقل من (0.05) لذلك نرفض الفرضية الرابعة والقائلة "لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى المعرفة بالأغذية العضوية واتجاه المستهلكين نحوها".

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

بناء على ما سبق يمكن التوصل إلى الاستنتاجات التالية:

1- تميزت الخصائص الديموغرافية للمستهلكين (الجنس- العمر- مستوى الدخل الشهري) بأثرها الواضح على اتجاهاتهم نحو شراء واستهلاك الأغذية العضوية.

2- يسعى أغلب المستهلكين إلى الاهتمام بصحتهم عبر اتباع عادات غذائية سليمة، إلا أن ذلك لم يكن كافياً للتأثير على توجههم نحو استهلاك الأغذية العضوية بالرغم من كونها تعتبر أغذية صحية.

3- عبر استعراض النتائج وجدنا درجة ضعيفة من الاهتمام بالبيئة الطبيعية من قبل المستهلكين، وهو ما انعكس سلباً على ربط ذلك باتجاههم نحو شراء الأغذية العضوية والتي يتم انتاجها بطرق وأساليب صديقة للبيئة، ما يسبب أقل ضرر ممكن للبيئة الطبيعية.

4- كان لدى أغلب المستهلكين خلفية جيدة عن ماهية الأغذية العضوية، وكان ذلك كفيلاً بتشجيعهم على التوجه نحو استهلاك الأغذية العضوية.

التوصيات:

-يوصي الباحث واعتمادا على النتائج:

1- يجب على المسوقين والشركات المهتمة في مواكبة هذه النزعة الحديثة تجاه الاغذية العضوية وما تنطوي عليه من زيادة الاهتمام بالصحة وتنامي الوعي البيئي؛ أن يقوموا بتطوير استراتيجيات خاصة لتسويق هذه الاغذية

كافتتاح أفرع خاصة لبيع الأغذية العضوية فقط بمساعدة أنشطة الترويج المتعددة، والعمل على توجيه هذه الاستراتيجيات بما يتناسب مع توجهات المستهلكين.

2- زيادة الوعي والثقافة البيئية في المجتمع بشكل عام، والتركيز على أهمية المحافظة على البيئة الطبيعية في ظل ندرة الموارد وتزايد التعداد السكاني بشكل كبير. وذلك عبر المحاضرات أو ورشات العمل (workshops) التي تساهم في خلق جيل جديد من المحافظين على البيئة. وربط ذلك بأساليب فعالة على أرض الواقع كإجراء حملات تشجير واسعة، حملات إعادة تدوير، و التشجيع على انتاج واستهلاك الأغذية العضوية والتي تعتبر صديقة للبيئة.

3- السعي إلى توسيع شبكات توزيع الأغذية العضوية عبر التعاقد مع عدد أكبر من الأسواق التجارية(malls) والمحال التجارية سعياً للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين.

4- الاستفادة من تقنيات الانتاج الاقتصادية (مثل الاستفادة من وفورات الانتاج الكبير) للمساعدة في تقليل سلبيات الأغذية العضوية والتي أهمها سعرها المرتفع مقارنة بالمنتجات الأخرى، لتصبح بمتناول شريحة أكبر من المستهلكين.

المراجع:

1. -Baker, S., Thompson, K.E. and Engelken, J. (2002), "Mapping the values driving organic food choice - Germany versus the UK", European Journal of Marketing, Vol. 38 No. 8, pp. 995-1012.

2. -Bitsaki, A., Vassiliou, A. and Kabourakis, E. (2003), "Organic farming in Greece, trends and perspectives", Cahiers Options Mediterranean's, Vol. 61, pp. 53-66.

3. -Childs, N. and Polyzees, G.H. (1997), "Foods that help prevent disease: consumer attitudes and public policy implications", Journal of Consumer Marketing, Vol. 14 No. 6,pp. 433-47.

4. -Chinnici, G., D'Amico, M. and Pecorino, B. (2002), "A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products", British Food Journal, Vol. 104 Nos 3/4/5, pp. 17-23.

5. -Davis, A., Titterington, A.J. and Cochrane, A. (2004) 2nd ed., "Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in N. Ireland", British Food Journal, Vol. 8 N2, pp.28-33.

6. -Fotopoulos, C. and Krystallis, A. (2002), "Purchasing motives and profile of the Greek organic consumer: a countrywide survey", British Food Journal, Vol. 104 No. 9, pp.730-65.

7. -Grunert, C.S. and Juhl, J.H. (2000)4th ed., "Values, environmental attitudes and buying behaviour of organic foods", Journal of Economic Psychology, Vol. 16, pp. 88-92.

8. -Grunert, G.K. (2003)2nd ed., "Green consumerism in Denmark: some evidence from the EKO foods project", Der Markt, Vol. 32 No. 3, pp. 140-51.

9. -Laroche, M., Bergeron, J. and Barbaro-Forleo, G. (2001), "Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products", Journal of Consumer Marketing, Vol. 18 No. 6, pp. 503-20.

10. -Lea, E. and Worsley, T. (2005), "Australians' organic food beliefs, demographics and values", British Food Journal, Vol. 107 No. 11, pp. 855-860.