



مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تأثير المعرفة البيئية بمفهوم المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي دراسة ميدانية في الشركة العامة لمصفاة بانياس

اسم الكاتب: د. ريزان نصور، د. أيام ياسين

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/4789>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/19 00:54 +03

الموسوعة السياسية 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 السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

<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 السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.



تأثير المعرفة البيئية بمفهوم المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي دراسة ميدانية في الشركة العامة لمصفاة بانياس

* الدكتورة ريزان نصوص

** الدكتور ايام ياسين

(تاريخ الإبداع 15 / 9 / 2015. قُبِّل للنشر في 10 / 1 / 2016)

□ ملخص □

تهدف هذه الدراسة إلى بيان قدرة الشركات السورية على تحسين أدائها التسويقي من خلال تبني مفهوم المحاسبة الخضراء وأثر ذلك على الحصة السوقية، فركزت الدراسة على المعرفة البيئية بمقومات ومعوقات تطبيق المحاسبة الخضراء ومدى تأثيرها على الأداء التسويقي للشركة. وتم ذلك باستخدام المنهج الوصفي من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على العاملين في شركة بانياس لتكريير النفط، كما تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ، وتوصل البحث إلى أن المعرفة البيئية لدى العاملين ليست بالمستوى المطلوب، وهذا ما يعيق تطبيق المحاسبة الخضراء بمفهومها الأكاديمي بشكل أساس، بالإضافة إلى وجود الكثير من المعوقات التي حدثت من النجاح في تطبيق المحاسبة الخضراء وبدوره انعكس سلباً على الأداء التسويقي للشركة.

الكلمات المفتاحية: المعرفة البيئية، المنتج الأخضر، المحاسبة الخضراء، الأداء التسويقي.

* مدرسة - قسم الإدارة - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سوريا.

** مدرس - قسم المحاسبة - كلية الاقتصاد - جامعة حماة - سوريا.

The impact of environmental knowledge by the concept of green accounting on marketing performance

Rezan Nasor^{*}
Ayam yassin^{**}

(Received 15 / 9 / 2015. Accepted 10 / 1 / 2016)

□ ABSTRACT □

This study aims to clarify the ability of Syrian companies to improve their performance through adoption of green accounting as a marketing concept and its impact on market share.

The study focused on the components and obstacles of environmental knowledge for application of green accounting and its impact on the marketing performance of the company.

The researcher used the descriptive approach in the research community (Banias Oil Refining Company), using a survey that has been distributed amongst workers in the company, then the researcher analyzed the survey results by the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

The research concluded the following findings: Environmental knowledge among workers is not at the required level, and this is what hampers the application of green accounting in the academic concept Basically, in addition to having a lot of obstacles that have limited the success in the application of green accounting and that reflected in turn on the marketing performance of the company.

Keywords: Environmental knowledge, green product, green accounting, marketing performance.

*Assistant Professor- Department of administration- faculty of economics- Tishreen university -Lattakia- Syria.

**Assistant Professor- Department of Accounting - faculty of economics -Hama university -Syria.

مقدمة:

بزيادة الاهتمام بالبيئة والأثر البيئي للمنظمات، والذي ترافق مع الحاجة الملحة للتميز في بيئة تنافسية وتمثل ذلك في أداء تسويقي يركز على الإنتاج الأخضر في بيئة خضراء بأقل تكلفة ممكنة ويعتمد ذلك على توجهات كل من المنظمة والمستهلك حول السلامة البيئية والأهداف الخضراء، ومن هذا المنطلق ظهر مفهوم المحاسبة الخضراء الحديث نسبياً والذي يعتمد على قياس التكاليف البيئية الإجمالية سواء كانت على مستوى المنظمة أو على مستوى المجتمع، ولاسيما بعد أن تم دعم الاهتمام العالمي بالبيئة بتشريعات وقوانين ملزمة بممارسة أنشطة صديقة للبيئة في جميع مراحل العمل.

وقد ارتبط ذلك بالاعتقاد السائد أن الاهتمام بالبيئة سيؤدي إلى زيادة التكاليف الكلية للإنتاج وانخفاض الربحية، لذلك كان لابد من دراسة هذا المفهوم للتأكد من دقته أو المغالطة فيه، وذلك من خلال تقييم مقومات ومعوقات تطبيق المحاسبة الخضراء وانعكاس ذلك على الأداء التسويقي غير المالي في المنظمة بشكل عام، وبشكل خاص على الحصة السوقية.

وأشارت العديد من الأبحاث والدراسات إلى أهمية قياس التكاليف البيئية ومحاسبة الأداء البيئي والتسويق الأخضر والأداء البيئي منها (دراسة بن عمارة - 2011، دراسة الشحادة- 2010، دراسة الحمداني - 2011، دراسة صالحـي-2011،.....) وذلك من خلال تحديد الآفاق والصعوبات التي تعترض تطبيق المحاسبة البيئية وتأثيرها على التنافسية في مجال الجودة، والتأكيد على أهمية المسؤولية البيئية في تحقيق الأداء التسويقي ودور التسويق الأخضر في تحسين الأداء البيئي من خلال عرض المفاهيم ، ولكن تبقى نادرة هي الدراسات التي تربط بين القياس المحاسبي للتکاليف البيئية وتأثيره على الحصة السوقية في مجال التسويق الأخضر.

مشكلة الدراسة:

فرضت التحديات الكثيرة والمداخلة على المديرين في المنظمات اللجوء إلى تطبيق المحاسبة الخضراء لتنقیل المخاطر البيئية، وتقدیم السلع والخدمات الآمنة للمستهلك، ومنه تحقيق الأداء التسويقي من جهة والتوازن البيئي من جهة ثانية.

ومن خلال الزيارات الميدانية المتكررة (خلال عام 2014 والنصف الأول من عام 2015) إلى الشركة العامة لمصفاة بانياس لتكرير النفط باعتبارها من الشركات التي لها تأثير كبير على البيئة، حيث أوضح بعض القائمين عليها أن الشركة تعتمد برامج وخطوات عملية للحد من هذا الضرر على الرغم من التكالفة العالية، فكان لابد من التعرف على واقع المعرفة البيئية لدى العاملين في الشركة المدروسة بمختلف مستوياتهم ودور هذه المعرفة في إمكانية تطبيق المحاسبة الخضراء كاستراتيجية متّعة لتحسين الأداء التسويقي، فتّمّلت مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس الآتي: ما هو تأثير المعرفة البيئية بمفهوم المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي للمنشآت؟

أهمية البحث وأهدافه:

تأتي أهمية البحث العلمية من قلة الأبحاث السورية التي تناولت قياس تكاليف التحضير في المنشأة بشكل عام وبيان أثر المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي في مجال التسويق الأخضر بشكل خاص، أما الأهمية العملية فتتّبع من تعزيز الاهتمام البيئي في المنشآت السورية لاسيما الأكثر تلويناً وتوجيهها إلى الطرق والمفاهيم الحديثة من جهة،

ومن جهة أخرى ضرورة تعزيز جوانب الاهتمام البيئي لمواكبة الجهود الدولية في قضايا البيئة ترکيزاً لمفهوم _ من بلوث أكثر يدفع أكثر.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة الحالية إلى قياس أثر المعرفة البيئية للمحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي في الشركة محل، ولتحقيق هذا الهدف سيتم:

1. دراسة مفهوم المعرفة البيئية ودورها في تحسين الأداء التسويقي للمنشأة المدروسة وذلك من خلال دراسة أثر المستوى التعليمي والتخصص الأكاديمي وسنوات الخبرة للعينة المدروسة على المعرفة البيئية.
2. التعرف على مفهوم المحاسبة الخضراء ودراسة مقومات ومعوقات تطبيقها في المنشأة المدروسة
3. دراسة مفهوم وأهمية الأداء التسويقي للمنشأة المدروسة.
4. تقييم دور المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي من خلال تحديد العوامل التي تساعد على حصر تكاليف الأداء البيئي الأخضر والمعوقات، ومدى إمكانية الاستفادة من هذا التطبيق في تحسين الأداء التسويقي وزيادة الحصة السوقية.

فرضيات الدراسة: يعتمد على الفرضية الرئيسية التالية:

H0 : لا يوجد تأثير للمعرفة البيئية بمقومات ومعوقات تطبيق المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي.

ويترافق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

H01 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يملك المعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي وبين من لا يمتلكها.

H02 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يملك المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء وبين من لا يمتلكها.

H03 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي على تحديد المقومات والعوائق لتطبيق المحاسبة الخضراء وتقييم الأداء التسويقي.

H04 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء على تحديد المقومات والعوائق لتطبيق المحاسبة الخضراء وتقييم الأداء التسويقي.

منهجية البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي بهدف وصف الحالة المدروسة وصفاً دقيقاً واختبار فرضيات الدراسة وذلك بالاطلاع على أهم ما توصلت إليه الدراسات والأبحاث العلمية حول المتغيرات المدروسة، وبالاعتماد على البيانات الأولية المجمعة بواسطة إستبانة موزعة على العاملين في شركة بانياس لتكرير ونقل النفط من أجل اختبار فرضيات البحث المطروحة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

الإطار النظري للبحث:

مفهوم المحاسبة الخضراء:

نتيجة لتطور الاهتمام بالأداء البيئي باعتباره أحد أسس التنمية في أي دولة، أصبح عدم استخدام أساليب علمية حديثة، تعمل على تحليل التكاليف البيئية وتوفير معلومات تفصيلية عن تلك التكاليف وعن الجهد والمبالغ التي تحملها الشركات لغرض حماية البيئة سيعطي نتائج مضللة عن مدى نجاحها أو إخفاقها في هذا المجال، لذلك نشأت مفاهيم جديدة للمحاسبة عن التكاليف البيئية وقد تعددت التسميات لها عبر مراحل الاهتمام بالبيئة (المحاسبة عن البيئة المستدامة، المحاسبة البيئية، المحاسبة عن الأثر البيئي، محاسبة المسؤولية الاجتماعية،) ومن ثم ظهر مفهوم المحاسبة الخضراء عندما اعتبر موضوع النظام البيئي وحماية البيئة أحد أسس التنمية الاقتصادية وأن الحفاظ على البيئة والموارد هو حق للمجتمع، وأصبحت مواضيع البيئة شأنًا اجتماعياً على المستوى المحلي والوطني والدولي، فاحتاج الأمر لضرورة تطوير الحسابات بما ينسجم مع مشكلة البيئة على مستوى المؤسسة وعلى مستوى الاقتصاد الكلي، ولم تتطرق أي دراسةلتعریف واضح للمحاسبة الخضراء إنما أغلب الدراسات تعرفها من منطلق المحاسبة البيئية ومحاسبة المسؤولية الاجتماعية، وركز بعضها على أنها تحديد وقياس تكاليف الأنشطة البيئية واستخدام تلك المعلومات في صنع القرارات في الإدارات بهدف تخفيض الآثار البيئية السلبية للأنشطة والأنظمة البيئية وإزالتها عملاً بمبدأ من يلوث يدفع (شعبـ - 2009)، ويكمـن مضمونها في أنها نشاط خدمي يتم تعزيزه لتعزيز المبادرات والسياسات البيئية بتضمينها الكلف والمنافع البيئية التي تسفر عن ممارسة المنشآت لأنشطتها، وهناك من انطلاق في تعریفها بفصل التكاليف البيئية لتكاليف على مستوى المؤسسة(الجزئي) وتكاليف على مستوى المجتمع(الكلي)، فاعتبرت أنها توسيع نطاق المحاسبة والإفصاح لتشمل بعض النواحي غير التقليدية مثل الإفصاح عن معلومات تتعلق بالعاملين في المؤسسة، بالسلع والخدمات الاجتماعية، ومعلومات تتعلق بتقليل أو إنهاء تلوث البيئة، بالإضافة لأخذها بالاعتبار معلومات عن الآثار الخارجية للمؤسسة . (تيجاني، عبد الحليم - 2008).

ويمكن للباحث تعریف المحاسبة الخضراء بأنها المحاسبة الشاملة لتكلفة جميع الأنشطة التي يتربـ عليها أضرار أو منافع مفقودة أو وقاية وتقييم وإعادة تصحيح الأضرار على مستوى المنشأة، وعلى المستوى القومي والتكلفة المخفية للأثر البيئي على المجتمع، بحيث يمكن الإفصاح عن هذه التكاليف بشكل مستقل عن التكاليف الأخرى، وتقديم معلومات تساهم في اتخاذ قرارات الاستغلال الاقتصادي الكفاء لموارد الشركة وللموارد الطبيعية والذي سينعكس على تميز المنشأة وزيادة حصتها السوقية.

أهمية المحاسبة الخضراء:

1. إن تحليل عناصر تكاليف الأداء البيئي وتحديدها وقياسها بصورة صحيحة وتحميلها على النشاطات المسئولة لها ثم على المنتجات، يسـهم في التـحديد الصحيح لتكلفة هذه المنتجات، ومن ثم تحـديد المقابلة السـلـيمـة بين إيرادات المنتجات وتكاليفها، وهذا بدوره يسـهم في تـرشـيد قـرـارات التـسـعـير وـالـقـيـاس الصـحـيـح لـتكـلـفـة كل منـتج على مستوى المـنـشـأـة، وكل ذلك يؤـدي في النـهاـية إلى تـحسـين أـربـاحـ المـنـشـأـة وـحـصـتـهاـ السـوقـيـةـ علىـ المـدىـ الطـوـيلـ (شعبـ - 2009).
2. أما وفق Department Of Economic And social Affairs statistics division United Nations, (2005) فهي تسـاعدـ المـديـرينـ علىـ اـتـخـادـ القرـاراتـ التيـ منـ شـأنـهاـ تـخـفيـضـ التـكـالـيفـ والأـعبـاءـ البيـئـيـةـ، وتسـاعدـ فيـ تـطـوـيرـ وـتـشـغـيلـ نـظـامـ إـدـارـيـ بيـئـيـ لـلـمـنـشـأـةـ كـكـلـ.

3. تزيد من الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات على المستوى الداخلي للمؤسسة وعلى مستوى المجتمع ومن الإفصاح عن المعلومات المالية التي تتعلق بسياسة البيئة (بوعماره-2011) ومن خلال ذلك يمكن اعتبار أن الأهمية الأساسية للمحاسبة الخضراء تتجلى في رفع مستوى الأداء البيئي الذي ينعكس ايجاباً على الأداء التسويقي للمنشأة من خلال زيادة حصتها السوقية نتيجة تقديمها للمنتج الأخضر والذي بدوره يسهم في تحقيق الأداء الاقتصادي المميز للمنشأة في الأسواق.

أنواع التكاليف البيئية:

تعدد الآراء حول تقسيم التكاليف البيئية فيما يرى(Pretty وآخرون- 2003) أنه يمكن تقسيمها إلى نوعين هما:

1. التكاليف الوقاية (المنع): تكلفة تجنب الأضرار التي قد تصيب العاملين أو المجتمع أو البيئة

2. التكاليف التصحيحية: هي تكاليف إعادة الوضع إلى ما كان عليه قبل حدوث الضرر.

ويؤخذ على هذا التقسيم بأنه قد يكون من الصعب إعادة الوضع إلى ما كان عليه لاسيما في حالات الأمراض التي يسببها التلوث للعاملين أو لأفراد المجتمع أو أضرار الطبيعة، ولصعوبة وجود معايير محددة لتحديد قيمة الأضرار.

يرى (بو عماره-2011) تقسيمها إلى أربعة أنواع هي:

1. تكاليف أنشطة المنع: تكلفة الأنشطة التي تصممها المؤسسة بهدف إزالة وتخفيف الأسباب المحتملة والتي لها آثار سلبية على البيئة

2. تكاليف أنشطة القياس والتقييم: تتمثل في تكلفة الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة بهدف قياس ومتتابعة المصادر المحتملة للأضرار البيئية مثل (تكلفة فحص المواد السامة داخل المنشأة نتيجة النشاط، عمليات الفحص المفروضة من قبل الجهات الحكومية،....)

3. تكاليف الأنشطة الرقابية: تكلفة أنشطة التحكم في المواد المستخدمة والتي لها آثار سلبية على البيئة مثل (معالجة المخلفات السامة،....)

4. تكاليف الفشل في رقابة الأداء البيئي: هي التكاليف التي تترتب على المنشأة بهدف إزالة وعلاج الأضرار البيئية التي سببتها والتي لم تستطع منعها أو التحكم بها مثل (تكاليف علاج وإزالة المخلفات، غرامة عدم الالتزام بالشروط والمتطلبات البيئية،.....)

جاء هذا التقسيم بشكل أوضح لكن يؤخذ عليه أنه لم يتطرق إلى التكاليف المستترة والتي تتسبب بها المؤسسة مثل تكلفة نقص كفاءة العمال نتيجة تأثر صحتهم بالتلوث، معدل دوران العمال، تلوث الطبيعة وأثرها على البيئة وصحة المجتمع. لذلك قدم (الصفار- 2006) تبويب لعناصر التكاليف المتعلقة بالبيئة دولياً يكون كما يلي:

1. كلف المواد المتعلقة بالمنتجات: سواء كانت منتجات رئيسية او ثانوية او تغليف

2. كلف المواد غير المتعلقة بالمنتجات: ويقصد بها مشتريات المواد كالطاقة والماء وغيرها التي لا تصبح جزء من المنتجات وإنما قد تصبح نهاية وانبعاث.

3. كلف الرقابة على النفاية والانبعاث: وتشمل كلف المناولة والمعالجة والتخلص من النفاية والإبعاثات، كما تتضمن كلف التعويضات عن الأضرار وغيرها.

4. كلف الوقاية من المؤثرات البيئية: وتشمل على أنشطة البيئة الوقائية كمشروعات الإنتاج النظيف، والكلف المرتدة عن نظم القياس والتخطيط البيئي

5. كلف البحث والتطوير: وتشمل كافة الكلف المتعلقة بمشروعات البيئة والتطوير البيئي

6. الكلف غير الملموسة : وتشمل الكلف الداخلية والخارجية للأمور غير الملموسة، كالمسؤولية البيئية، والقوانين المستقبلية، والإنتاجية وسمعة المنظمة والعلاقات مع المساهمين وغيرهم.

مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء: يمكن تلخيص مقومات واستخدامات المحاسبة الخضراء (Loew T, et

(2003)- اكما يلي:

1. الالتزام: تدعم المحاسبة الخضراء حماية البيئة والالتزام بكفاءة التوافق مع القوانين البيئية والتعليمات الدائمة المطبقة في السياسات البيئية وذلك من خلال تحديد وتتنفيذ استثمارات رقابة التلوث، دراسة شراء بدائل ذات كفاءة في الكلفة كبديل للمواد السامة، والتقرير عن النفايات والإبعاثات البيئية إلى الدوائر القانونية المسؤولة.

2. الكفاءة الاقتصادية: تسهم المحاسبة الخضراء بتخفيض التكاليف والمؤثرات البيئية في آن واحد عن طريق الكفاءة في استخدام الطاقة والماء والمواد في العمليات الداخلية والمنتجات النهائية من خلال المتابعة الدقيقة لتدفقات الطاقة والماء والمواد والنفايات، تحديد وتقييم تكاليف زيادة كفاءة الطاقة والماء والمواد، وتقدير العائد السنوي الإجمالي على الاستثمارات في نشاطات الكفاءة الاقتصادية.

3. الموقع الاستراتيجي: تسهم المحاسبة الخضراء بتقديم وتنفيذ البرامج الحساسة للبيئة وكفاية التكلفة للتأكد من موقع المنشأة الاستراتيجي في الأجل الطويل من خلال العمل مع الموردين لتصميم منتجات تعطي السوق الخضراء، تحسين التكلفة الداخلية للقوانين المستقبلية المحتملة، التقرير إلى ذوي المصلحة كالزبائن والمستثمرين والمجتمع المحلي. **معوقات تطبيق المحاسبة الخضراء:** إن الأضرار التي تصيب البيئة التي تعمل بها المنشأة تثير عدة تساؤلات تتعلق بالصعوبات الخاصة بالقياس المحاسبي لتكاليف الأداء البيئي للمؤسسة، والتي تم عرض أهمها في عدة دراسات (الصفار-2006)، (تيجاني & عبد الحليم- 2008) ومنها:

1. تحديد العلاقة السببية بين التصرف المخالف والضرر الناشئ عنه: يثير هذا العامل عدة مشاكل منها:

• المسافة: قد يكون هناك مسافة تفصل بين مصدر الضرر وبين المكان الذي حدث فيه الضرر، كتلوث الهواء الجوي أو تلوث المياه بالنفايات المشعة أو التلوث بالأدخنة الذي لا يعرف حدوداً معينة.

• صعوبة تحديد حجم الخسائر أو تقدير التعويض : من الصعب تقدير التعويض في حالة التلوث، كما في حالة التلوث الكيميائي الذي لا تظهر آثاره بصورة فورية، ولكنها تظل كامنة ثم تظهر بعد عدة سنوات.

• صعوبة تحديد أنواع التلوث : ففي بعض الحالات التي تصيب النبات أو الحيوان أو حتى المبني يصعب تحديد مصدر التلوث الذي يسبب الضرر أو نوعه والذي يحدث نتيجة تفاعل عدة أنواع من التلوث؛ وذلك كما في حالة تلوث مياه الأنهر بإلقاء النفايات أو بتصريف مياه المصانع.

• صعوبة حصر آثار التلوث : فمن الثابت علمياً أن مصادر التلوث لا تحدث نتائج متماثلة دائماً ذلك لأن الظروف الطبيعية تؤدي دوراً مهماً في هذا المجال، إلقاء نفايات ملوثة في النهر لا يحدث الأضرار ذاتها خلال مدة حركة المياه، وهناك أيضاً عوامل أخرى مثل الرياح والشمس والضباب يمكن أن تؤثر في التلوث الجوي، وهنا يصعب إسناد الأضرار إلى مصدر محدد، ومن ثم يصعب القياس الخاص بهذه الأضرار.

2. صعوبة تحديد مسبب التلوث بشكل نهائي: في المسؤولية القانونية ينبغي أن يكون المتسبب في الضرر محدداً، فمن الصعب تحديد المتسبب في الضرر، كما في حالة التلوث الجوي من الأدخنة المتطرافية من عوادم السيارات أو من المصانع وذلك لعدم الأشخاص المسؤولين عن هذه الأضرار.

3. صعوبة حصر نوع الأضرار التي تلحق بالبيئة: نظراً لصعوبة إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل حدوث الضرر في حالة الضرر البيئي، فإن مسألة حصر الأضرار تصبح ضرورية من أجل تقدير قيمة التعويض، وهي مسألة من الصعب قياسها لأنها تختلف من حالة إلى الأخرى، فضلاً عن أن القياس هنا يتم بصورة تقريرية وتتدخل به العوامل الشخصية والتقديرية.

4. التنوع في أشكال الضرر البيئي: إن تأثير المشروعات على البيئة المحيطة بها يكون إما على الظروف الطبيعية أو الظروف الاجتماعية والثقافية وبالنسبة للجوانب الخاصة بالظروف الطبيعية، فإنه يسهل الوقوف عليها نسبياً وما بها على شكل التكاليف اللازمة لوقاية البيئة الطبيعية المحيطة من التدهور والفساد والتلوث.

5. اختلاف الثقافات وأثرها على تطور الاتصالات بين المحاسبة والمهن الأخرى :

قد يتمتع العاملون في مجال البيئة وكذلك الفنانين بالثقافة البيئية، ولديهم الخبرة الفيزيائية حول تدفق الطاقة والماء والمواد الأخرى ضمن المنظمة. إلا أنهم قد لا يمتلكون المعرفة الكافية بكيفية قيد هذه الأمور في السجلات المحاسبية ومن جانب آخر فإن المحاسبين والمراقبين الماليين لديهم كافة المعلومات المحاسبية إلا أنه غالباً ما تكون معرفتهم محدودة بالبيئة التي تواجه المنظمة، ولا في تدفقات الموارد الفيزيائية.

الأداء التسويقي: يعرف الأداء التسويقي بمدى مساهمة وظيفة التسويق بالمنظمة بتحقيق أهداف المنظمة (Asiegbu,Awa,Akpotu et ogbonna,2011:44)، كما يعرف بأنه درجة نجاح المنظمة في السوق والتي تتحقق بواسطة المنتج (Ambler et kokkimaki,1997,67)، ويعتبر قياس الأداء التسويقي المترجم الحقيقي للأداء وريحية واستمرار عمل المنشأة (برباوي - 2011 : 60)

من خلال هذه التعريف يمكننا القول أن قياس الأداء التسويقي يعتبر مؤشراً هاماً يمكن للمنظمة من خلاله تقييم استراتيجياتها التسويقية وذلك من خلال مقارنة النتائج التي تم تحقيقها بالمعايير واكتشاف الانحرافات إن وجدت ودراسة وتحليل هذه الانحرافات واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة بالسرعة والوقت المناسبين وهذا ما يعكس إيجاباً على نجاح المنظمة وقدرتها على المحافظة على حصتها السوقية، وبعكس الأداء التسويقي درجة نجاح المنظمة أو فشلها، وذلك من خلال سعي المنظمة لتحقيق أهدافها في البقاء والتكيف مع متغيرات البيئة المحيطة بها من خلال تطبيق مفهوم التوجه البيئي وممارسة المحاسبة الخضراء.

ولأن مديرى التسويق باتوا غير مؤيدین لاستخدام مقاييس الأداء التسويقية التقليدية انطلاقاً من عدم قدرتها على التقييم الدقيق للأداء التسويقي أخذوا بالمقاييس غير المالية والتي شكلت نقطة تحول كبيرة في توجهات الأداء التسويقي (كالحصة التسويقية - التكيف مع متغيرات البيئة الخارجية) وهذا ما ركز عليه مفهوم المحاسبة الخضراء التي تقوم على التكيف مع البيئة الخارجية والعمل على خفض تكاليف الهدر والعادم وتکاليف الملوثات للبيئة والتركيز على السياسات الوقائية لمنع الخطر البيئي الناجم عن عمل هذه المنظمات، كما يقوم هذا المفهوم على الإدارة الجيدة لموارد المنظمات وللطاقة المستخدمة فيها والذي بدوره يعكس إيجاباً على أدائها التسويقي بشكل خاص وأدائها الاقتصادي بشكل عام

الدراسة العملية:

تم اختيار الشركة العامة لمصفاة بانياس للدراسة الميدانية كونها من الشركات الكبيرة الرائدة في قطاع الصناعات النفطية في السوق المحلية، ولما لمنتجاتها من أهمية كبيرة في تقديم العرض المناسب لتعطية احتياجات

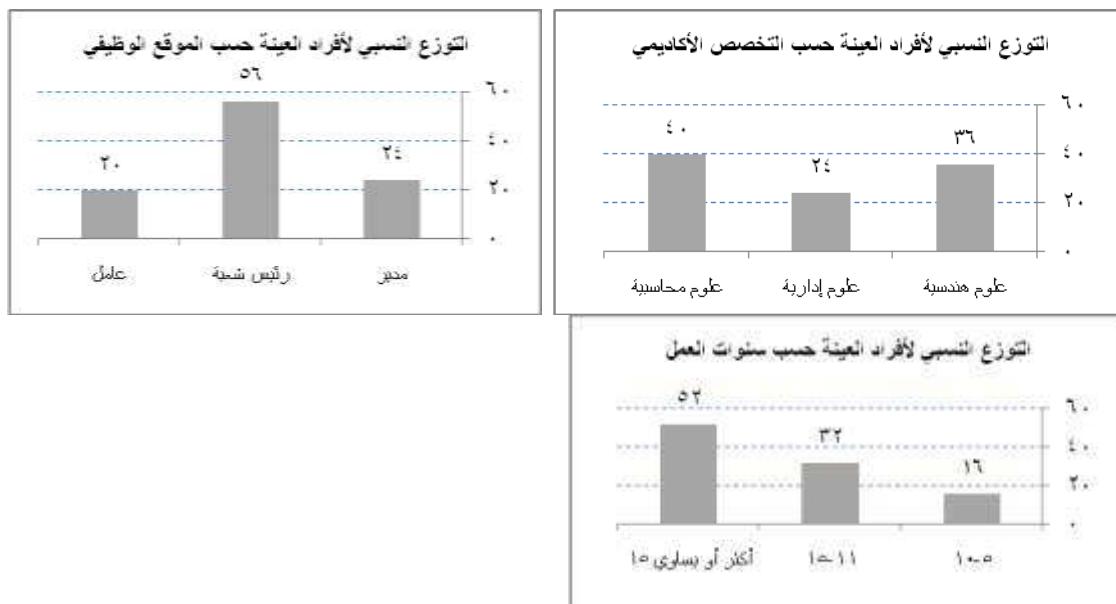
السوق المحلية، وتم اختيارها أيضاً لوجود نوع من التوافق بين أهداف البحث الحالي وطبيعة إنتاجها ومسؤوليتها الكبيرة عن التلوث والضرر البيئي الذي تخلفه.

حيث تم تصميم نموذج إستبانة يتضمن معلومات عامة عن ثقافة المستقصى منه بواقع الضرر البيئي الحالي، ومعرفته بمفهوم كل من المنتج الأخضر والمحاسبة الخضراء والدور الذي تسهم به المحاسبة الخضراء في رفع الأداء التسويقي للمنشأة، كما تضمنت ثلاثة محاور متعلقة بمقومات تطبيق المحاسبة الخضراء ومعوقات ذلك بالإضافة تقييم الأداء التسويقي.

حيث تم عرض الإستبانة على عدد من المختصين في المنشأة المدروسة وتبين صدق الاستبانة بعد إجراء بعض التعديلات عليها، فوزعت 35 إستبانة على العاملين في المستويات الإدارية المختلفة وتم استرجاع 25 إستبانة صالحة منها أدخلت بياناتها إلى البرنامج الإحصائي SPSS وتم تحليتها، وكانت نتائج التحليل كالتالي

خصائص عينة البحث:

كانت البيانات الديموغرافية المستقصية موزعة كما يلي: 40% منهم يحوز شهادة علوم محاسبية، 36% علوم هندسية، 24% علوم إدارية وموزعين 56% منهم رئيس شعبة و24% منهم مدرب و20% عمال. وكانت خبرة 52% أكثر من 15 سنة و32% تتراوح من (11-15) سنة و16% أقل من عشرة سنوات



• اختبار نسبة من لديهم معرفة لواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة:

إن نسبة من لديهم معرفة لواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة تساوي 50% أي: $H_0 : R = 0.50$

إن نسبة من لديهم معرفة لواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة أقل 50% أي: $H_1 : R < 0.50$

$$t = \frac{r - R_0}{\sqrt{\frac{r \cdot q}{n}}} = \frac{0.80 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.80)(0.20)}{25}}} = 3.75$$

لاتخاذ القرار نقارن القيمة المحسوبة مع القيمة الجدولية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ودرجة الحرية $t_{(0.05,24)} = 2.06$ ، فيما أن الاختبار أحادي الجانب ويساري وبما أن $t_{\alpha} > t$ فإننا نقبل فرضية العدم ونؤكد أن نسبة من لديهم معرفة لواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة تتجاوز 50%. ولمعرفة تأثير كل من التخصص الأكاديمي الموقع الوظيفي وسنوات العمل على المعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة نستخدم معامل الارتباط كرامر لقياس درجة العلاقة بين كل من التخصص الأكاديمي والواقع الوظيفي وسنوات العمل على حدة كمتغيرات مستقلة، والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة كمتغير تابع، ومن خلال نتائج التحليل الظاهرية عبر مخرجات برنامج SPSS نجد ما يلي:

الجدول (1): المعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة

المجموع	هل لديكم معرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة		التخصص الأكاديمي
	نعم	لا	
9	8	1	علوم هندسية
6	4	2	علوم إدارية
10	8	2	علوم محاسبية
25	20	5	المجموع
0.574	قيمة احتمال الدلالة	0.211	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديكم معرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة		الموقع الوظيفي
	نعم	لا	
6	3	3	مدير
14	14	0	رئيس شعبة
5	3	2	عامل
25	20	5	المجموع
0.017	قيمة احتمال الدلالة	0.570	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديكم معرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة		سنوات العمل
	نعم	لا	
4	3	1	5-10
8	7	1	11-15
13	10	3	أكثر أو يساوي 15
25	20	5	المجموع
0.810	قيمة احتمال الدلالة	0.130	قيمة معامل ارتباط كرامر

من خلال الجدول أعلاه نجد:

1. بدراسة العلاقة بين التخصص الأكاديمي والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.211 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة

احتمال الدالة $P Value=0.574$ أكبر من قيمة مستوى الدالة 0.05 لذلك نقبل فرضية عدم التي تقول بأنه لا توجد علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التخصص الأكاديمي والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة. ونلاحظ أن علاقة الارتباط ضعيفة جداً وهذا يعود إلى تقصير الشركة المدروسة في إجراء الدورات التدريبية لمواردها البشرية في مجال المعرفة البيئية.

2. بدراسة العلاقة بين الموقع الوظيفي والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.570 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدالة $P Value=0.017$ أقل من قيمة مستوى الدالة 0.05 لذلك نرفض فرضية عدم ونقبل الفرضية البديلة ونؤكد على وجود علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين الموقع الوظيفي والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة.

3. بدراسة العلاقة بين سنوات العمل والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.130 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدالة $P Value=0.810$ أكبر من قيمة مستوى الدالة 0.05 لذلك نقبل فرضية عدم التي تقول بأنه لا توجد علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين سنوات العمل والمعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة.

• اختبار نسبة من لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي:

إن نسبة من لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي تساوي 50% أي $H_0 : R = 0.50$

إن نسبة من لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي أقل 50% أي: $H_1 : R < 0.50$

$$t = \frac{r - R_0}{\sqrt{\frac{r \cdot q}{n}}} = \frac{0.68 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.68)(0.32)}{25}}} = 1.93$$

نحسب قيمة مؤشر الاختبار كما يلي:

لاتخاذ القرار نقارن القيمة المحسوبة مع القيمة الجدولية عند مستوى الدالة $\alpha = 0.05$ ودرجة الحرية $t_{(0.05, 24)} = 2.06$ ، وبما أن الاختبار أحدى الجانب ويساري وبما أن $t > -t_\alpha$ فإننا نقبل فرضية عدم ونؤكد أن نسبة من لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر تتجاوز 50%.

ولمعرفة تأثير كل من التخصص الأكاديمي والواقع الوظيفي وسنوات العمل على المعرفة بماهية المنتج الأخضر نستخدم معامل الإرتباط كرامر لقياس درجة العلاقة بين كل من التخصص الأكاديمي والواقع الوظيفي وسنوات العمل على حدة كمتغيرات مستقلة، والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي كمتغير تابع، ومن خلال نتائج التحليل الظاهرة عبر مخرجات برنامج SPSS نجد ما يلي:

الجدول (2): المعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي

المجموع	هل لديكم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي		التخصص الأكاديمي
	نعم	لا	
9	8	1	علوم هندسية

6	5	1	علوم إدارية
10	4	6	علوم محاسبية
25	17	8	المجموع
0.048	قيمة احتمال الدلالة	0.492	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديكم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي		
	نعم	لا	الموقع الوظيفي
6	4	2	مدير
14	11	3	رئيس شعبة
5	2	3	عامل
25	17	8	المجموع
0.283	قيمة احتمال الدلالة	0.318	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديكم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي		
	نعم	لا	سنوات العمل
4	3	1	5-10
8	4	4	11-15
13	10	3	أكثر أو يساوي 15
25	17	8	المجموع
0.415	قيمة احتمال الدلالة	0.265	قيمة معامل ارتباط كرامر

من خلال الجدول أعلاه نجد:

4. بدراسة العلاقة بين التخصص الأكاديمي والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.492 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدلالة $P\text{ Value}=0.048$ أقل من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة ونؤكد على وجود علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التخصص الأكاديمي والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي.

5. بدراسة العلاقة بين الموقع الوظيفي والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.318 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدلالة $P\text{ Value}=0.283$ أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذلك نقبل فرضية العدم التي تقول بأنه لا توجد علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين الموقع الوظيفي والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي.

6. بدراسة العلاقة بين سنوات العمل والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.265 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدلالة $P\text{ Value}=0.415$ أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذلك نقبل فرضية العدم التي تقول بأنه لا توجد علاقة مباشرة ذات دلالة إحصائية بين سنوات العمل والمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي.

• اختبار نسبة من لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء:

إن نسبة من لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء تساوي 50% أي: $H_0 : R = 0.50$

إن نسبة من لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء أقل 50% أي: $H_1 : R < 0.50$

$$t = \frac{r - R_0}{\sqrt{\frac{r \cdot q}{n}}} = \frac{0.36 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.36)(0.64)}{25}}} = -1.46$$

نحسب قيمة مؤشر الاختبار كما يلي:

لاتخاذ القرار نقارن القيمة المحسوبة مع القيمة الجدولية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ودرجة الحرية

$t = 2.06$ ، وبما أن الاختبار أحدى الجانبين ويساري فيما أن $t > -t_{\alpha}$ فإننا نقبل

فرضية العدم ونؤكّد أن نسبة من لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء لا تختلف عن 50%.

ولمعرفة تأثير كل من التخصص الأكاديمي والواقع الوظيفي وسنوات العمل على المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء نستخدم معامل الارتباط كرامر لقياس درجة العلاقة بين كل من التخصص الأكاديمي والواقع الوظيفي وسنوات العمل على حدا كمتغيرات مستقلة، والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء كمتغير تابع، ومن خلال نتائج التحليل الظاهرة عبر مخرجات برنامج SPSS نجد ما يلي:

الجدول (3): المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء

المجموع	هل لديك معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء		التخصص الأكاديمي
	نعم	لا	
9	7	2	علوم هندسية
6	1	5	علوم إدارية
10	1	9	علوم محاسبية
25	9	16	المجموع
0.005	قيمة احتمال الدلالة	0.655	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديك معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء		الموقع الوظيفي
	نعم	لا	
6	0	6	مدير
14	8	6	رئيس شعبة
5	1	4	عامل
25	9	16	المجموع
0.036	قيمة احتمال الدلالة	0.516	قيمة معامل ارتباط كرامر
المجموع	هل لديك معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء		سنوات العمل
	نعم	لا	
4	2	2	5-10
8	2	6	11-15
13	5	8	أكثر أو يساوي 15

25	9	16	المجموع
قيمة احتمال الدلالة	0.672	0.178	قيمة معامل ارتباط كرامر

من خلال الجدول أعلاه نجد:

7. بدراسة العلاقة بين التخصص الأكاديمي والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.655 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدالة $P\text{ Value}=0.005$ أقل من قيمة مستوى الدالة 0.05 لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة ونؤكد على وجود علاقة مباشرة ذات دالة إحصائية بين التخصص الأكاديمي، والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء.

8. بدراسة العلاقة بين الموقع الوظيفي والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.516 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدالة P أقل من قيمة مستوى الدالة 0.05 لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة ونؤكد على وجود علاقة مباشرة ذات دالة احصائية بين الموقع الوظيفي، والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء.

9. بدراسة العلاقة بين سنوات العمل والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء نجد أن قيمة معامل كرامر تساوي 0.178 وهي تدل على علاقة مباشرة بين المتغيرين، ولاختبار معنوية هذه القيمة نلاحظ أن قيمة احتمال الدلالة P Value=0.672 أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذاك نقبل فرضية العدم التي تقول بأنه لا توجد علاقة مباشرة ذات دلالة احصائية بين سنوات العمل والمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء.

دراسة متوسطات الإجابات بالنسبة للمقومات والمعوقات والأداء التسويقي:

لابد في البداية من اختيار اعتماد التوزيع الاحتمالي لقيم مؤشرات مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء وعوائق تطبيقها والأداء التسويقي للشركة للتأكد من أنها تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية ٥٪، وذلك من خلال صياغة الفرضيات على الشكل العام التالي:

فرضية العدم لا يختلف توزع القيم عن التوزيع الطبيعي. والفرضية البديلة تختلف توزع القيم عن التوزيع الطبيعي.
وبالاعتماد على اختبار كولمغوروف-سميرنوف سيتم الحكم على اعتدالية التوزيع الاحتمالي بمقارنة قيمة احتمال الدالة P value مع مستوى الدلالة $\alpha/2$ ، فإذا كانت قيمة $Pvalue > \alpha/2$ نقبل فرضية العدم ونعتبر أن التوزيع الاحتمالي للبيانات معتدل، والعكس بالعكس.

الجدول (4): نتائج اختبار اعتدالية التوزيع الاحتمالي للقيم

اختبار كولموجروف- سميرنوف لعينة واحدة	مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء	عوائق تطبيق المحاسبة الخضراء	الأداء التسويقي
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
نعدد المشاهدات	25	25	25

معامل النموذج الطبيعي	الوسط الحسابي Mean	3.62	3.52	3.29
Normal Parameters	انحراف المعياري Std. Deviation	0.378	0.444	0.551
Kolmogorov-Smirnov Z	قيمة الاختبار	0.585	0.871	0.564
قيمة احتمال الدلالة (الاختبار ثائي الجانب) Asymp. Sig. (2-tailed)	0.883	0.434	0.908	

بما أن قيمة احتمال الدلالة لكل من المؤشرات الثلاثة P value أكبر من نصف قيمة مستوى الدلالة المحددة مسبقاً بـ(5%)، وتبلغ $\alpha/2 = 0.025$ فإننا نقبل فرضية عدم التي تقول باعتدالية التوزيع الاحتمالي للبيانات، أي أن قيم المؤشرات لا يختلف توزعها عن التوزيع الطبيعي.

ولاختبار قيمة متوسط كل من هذه المؤشرات؛ هل تختلف عن القيمة (3) أم لا لدينا الفرضيات التالية:

فرضية عدم: لا تختلف قيمة متوسط المؤشر المدروس عن القيمة (3) $H_0 : \bar{Y} = 3$

الفرضية البديلة: إن قيمة المؤشر المدروس تتجاوز القيمة (3) $H_1 : \bar{Y} > 3$

$$t = \frac{\bar{x} - \bar{Y}_0}{s/\sqrt{n}}$$

نحسب قيمة مؤشر الاختبار كما يلي:

لاتخاذ القرار نقارن القيمة المحسوبة مع القيمة الجدولية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ودرجة الحرية

$n-1 = 24$ البالغة $t_{(0.05, 24)} = 2.06$ ، وبما أن الاختبار أحدى الجانب ويميني وبما أن $t < t_\alpha$ فإننا نقبل فرضية عدم. وباستخدام برنامج SPSS نلاحظ أن النتائج كانت كما يلي:

t	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	المؤشر المدروس
8.366	0.07446	0.37228	3.6229	مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء
5.904	0.08875	0.44373	3.5240	عوائق تطبيق المحاسبة الخضراء
2.630	0.11025	0.55126	3.2900	الأداء التسويقي

بالنسبة لمؤشر مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء بلغت قيمة المتوسط 3.62 بانحراف معياري 0.37، ولاختبار مدى اختلاف هذه القيمة عن القيمة (3) نجد أن قيمة مؤشر الاختبار المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية $t = 8.366 > t_\alpha = 2.06$ لذلك نرفض فرضية عدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأن قيمة مؤشر مقومات تطبيق محاسبة الخضراء تتجاوز القيمة (3).

بالنسبة لمؤشر عوائق تطبيق المحاسبة الخضراء بلغت قيمة المتوسط 3.53 بانحراف معياري 0.44، ولاختبار مدى اختلاف هذه القيمة عن القيمة (3) نجد أن قيمة مؤشر الاختبار المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية $t = 5.904 > t_\alpha = 2.06$ لذلك نرفض فرضية عدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأن قيمة مؤشر عوائق تطبيق محاسبة الخضراء تتجاوز القيمة (3).

بالنسبة لمؤشر الأداء التسويقي بلغت قيمة المتوسط 3.29 بانحراف معياري 0.55، ولاختبار مدى اختلاف هذه القيمة عن القيمة (3) نجد أن قيمة مؤشر الاختبار المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية $t = 2.63 > t_{\alpha} = 2.06$ لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأن قيمة مؤشر الأداء التسويقي تتجاوز القيمة (3).

- مقارنة متوسطات مؤشرات المقومات والعوائق والأداء حسب امتلاكهم للمعرفة:**

لدراسة الفرق بين متوسطات المؤشرات لكل من مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء وعوائق تطبيقها والأداء التسويقي بين من يمتلكون المعرفة وبين من لا يمتلكونها يمكننا تلخيص نتائج اختبار t لمجموعتين مستقلتين عبر برنامج SPSS كما يلي:

الجدول (5): متوسط مؤشرات المقومات والعوائق والأداء حسب امتلاكهم للمعرفة

أولاً - متوسط مؤشر مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء حسب امتلاكهم للمعرفة						
التصنيف الأول	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	Sig. (2tailed)	
ليس لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	5	3.6619	0.34887	0.257	0.799	
لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	20	3.6131	0.38592			
التصنيف الثاني						
ليس لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	8	3.5238	0.34126	-0.909	0.373	
لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	17	3.6695	0.38694			
التصنيف الثالث						
ليس لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	16	3.4821	0.33957	-2.877	0.009	
لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	9	3.8730	0.29928			
ثانياً - متوسط مؤشر عوائق تطبيق المحاسبة الخضراء حسب امتلاكهم للمعرفة						
التصنيف الأول	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	Si (2-tailed)	
ليس لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	5	3.8200	0.40866	1.736	0.096	
لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	20	3.4500	0.42981			
التصنيف الثاني						
ليس لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	8	3.5625	0.45650	0.292	0.773	
لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	17	3.5059	0.45065			
التصنيف الثالث						
ليس لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	16	3.5063	0.40409	-0.261	0.796	
لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	9	3.5556	0.53177			
أولاً - متوسط مؤشر الأداء التسويقي حسب امتلاكهم للمعرفة						
التصنيف الأول	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	Si (2-tailed)	
ليس لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	5	3.0333	0.83041	-1.173	0.253	
لديهم معرفة باقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	20	3.3542	0.46585			

أولاً- متوسط مؤشر مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء حسب امتلاكهم للمعرفة						
التصنيف الأول		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	Sig. (2tailed)
ليس لديهم معرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة	5	3.6619	0.34887	0.257	0.799	
التصنيف الثاني						
ليس لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	8	3.2917	0.57044	0.010		0.992
لديهم معرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي	17	3.2892	0.55988			
التصنيف الثالث						
ليس لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	16	3.1719	0.55650	-1.462		
لديهم معرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء	9	3.5000	0.50346		0.157	

نلاحظ من خلال الجدول السابق ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يمتلكون المعرفة بواقع الضرر البيئي في الشركة المدروسة ومن لا يمتلكونها، بالنسبة لـإجاباتهم حول مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء، أو عوائق تطبيقها، أو الأداء التسويقي؛ أو بمعنى آخر: ليس هناك تأثير للمعرفة البيئية
- في الشركة المدروسة على تحديد المقومات والعوائق وتقدير الأداء التسويقي، لأن قيم احتمال الدلالة لكل اختبار منها $(0.799 - 0.096 - 0.253)$ أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يمتلكون المعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي ومن لا يمتلكونها، بالنسبة لـإجاباتهم حول مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء، أو عوائق تطبيقها، أو الأداء التسويقي؛ أو بمعنى آخر: ليس هناك تأثير للمعرفة بماهية المنتج الأخضر والأداء التسويقي على تحديد المقومات والعوائق وتقدير الأداء التسويقي، لأن قيم احتمال الدلالة لكل اختبار منها $(0.992 - 0.773 - 0.373)$ أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين من يمتلكون المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء ومن لا يمتلكونها، بالنسبة لـإجاباتهم حول عوائق تطبيق المحاسبة الخضراء، أو الأداء التسويقي؛ أو بمعنى آخر: ليس هناك تأثير للمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء على تحديد عوائق التطبيق وتقدير الأداء التسويقي، لأن قيم احتمال الدلالة لكل اختبار منها $(0.796 - 0.790 - 0.157)$ أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 .
- أما بالنسبة لمتوسط الإجابات حول تحديد مقومات تطبيق المحاسبة الخضراء فقد كان هناك فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات من يمتلكون المعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء، وبين من لا يمتلكونها؛ أي أن هناك تأثير للمعرفة بمفهوم المحاسبة الخضراء على تحديد مقومات تطبيقها لأن قيمة احتمال الدلالة (0.009) أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 ، وهذه نتيجة طبيعية ومنطقية.

الاستنتاجات و التوصيات:

1. تبين من تحليل البيانات أنه لا يوجد تأثير لكل من المستوى التعليمي وسنوات العمل والخبرة للعينة المدروسة على المعرفة البيئية ويبير ذلك بتقصير الشركة في نشر ثقافة المنتج الأخضر والمعرفة البيئية المطلوبة.
2. تبين أنه لا يوجد تأثير متبادل بين كل من الموقع الوظيفي والمعرفة بواقع الضرر البيئي ويمكن تفسير ذلك من خلال ما ذكره المدراء في المقابلة المعمقة معهم من أن هناك مؤتمرات ودورات تدريبية شارك فيها العاملون في الشركة ولكنها مشروطة بموقع وظيفية تبدأ برؤساء الشعب والأعلى.
3. أما فيما يتعلق بمعرفة العاملين بالمنتج الأخضر وماهيته وفوائده على البيئة والإنسان والمنظمة نلاحظ أن المعرفة لم ترتبط بالموقع الوظيفي وسنوات العمل أو التخصص الوظيفي ويمكن تفسير هذه النتائج بأن المعرفة بالمنتج الأخضر تعود لثقافة الشخص نفسه ومدى تقبله لفكرة أو مفهوم المنتج الأخضر ولا تفرض فرض من إدارة المنظمة.
4. ليس هناك تأثير للمعرفة البيئية في تحديد مقومات وعوائق تطبيق المحاسبة الخضراء على الأداء التسويقي، لأن الشركة تطبق بعضًا من المقومات المطلوبة في المحاسبة الخضراء وهذا يفسر بوجود الكثير من المعوقات التي تمنع تطبيق المحاسبة الخضراء.
5. نظرًا لأن المحاسبة الخضراء هي علم بحد ذاته تمكن دارسه من معرفة آلية تطبيقه، وهذا ما فسر عدم معرفة العينة المدروسة بماهية المحاسبة الخضراء، وغياب أثره على الأداء التسويقي بالشركة المدروسة، ويمكن رد ذلك لقلة التشريعات القانونية التي تخص البيئة والمحاسبة البيئية وبالتالي اقتصار المعلومات على معلومات وصفية عن أنشطة البيئة دون الاهتمام بالمعلومات المالية.

التوصيات:

- من خلال النتائج التي تم التوصل إليها في البحث يمكن تقديم التوصيات الآتية:
1. يجب على الشركة محل الدراسة العمل على نشر ثقافة المعرفة البيئية (التسويق الأخضر، المنتج الأخضر، المحاسبة ، المنظمة الخضراء) وذلك من خلال الدورات التدريبية المستمرة لكافة العاملين فيها.
 2. العمل على زيادة الاهتمام بالوعي العام بالأداء البيئي لدى العاملين والأطراف المهمة واعتباره أحد محاور تقييم الأداء للشركات وبما يتاسب والمتطلبات البيئية في العصر الراهن
 3. تفعيل ثقافة المحاسبة الخضراء بشكل أوسع من خلال إخضاع العاملين لدورات تخصصية محلية ودولية من أجل منح المحاسبين والمختصين المهارات العلمية والعملية الحديثة بما يؤهلهم لقياس تكاليف الأثر البيئي ورفع مستوى تطبيق المحاسبة الخضراء.
 4. العمل على الحد من المعوقات التي تحد من إمكانية تطبيق المحاسبة الخضراء وتفعيل دور المحاسبة الخضراء لتأثيرها المباشر على الأداء التسويقي للشركة وذلك من خلال تحقيق الانسجام المطلوب مابين المتطلبات الوظيفية والمهارات والإمكانيات المتوفرة لشاغلي هذه الوظيفة، حيث أن الصعوبات الموجودة من ناحية الالتزام والكفاءة الاقتصادية التي تقوم بتحفيض التكاليف المتعلقة بالتلوث البيئي ومراقبة التلوث وشراء بدائل ذات كفاءة كبديل للمواد السامة
 5. العمل على إمكانية وضع إطار تحليلي يتمكن من خلاله الأخصائيون في مجال البيئة من تقدير كلفة الضرر البيئي بشكل دائم
 6. التمييز بين الشركات من حيث المحافظة على البيئة بالمعاملة الضريبية من حيث الإعفاءات والغرامات البيئية.

7. تطبيق المعايير الدولية البيئية والمشاركة في الاتفاقيات الدولية حول منع الأضرار البيئية وقياس تكاليفها وإدراج المراجعة البيئية ضمن خطط المراجعة والتدقيق
8. إجراء دراسات مستقبلية تجريبية لتطبيق المحاسبة الخضراء كتحليل التكاليف البيئية وإمكانية تطبيق الإستراتيجية المالية الخضراء ودراسة تكاليف التسويق الأخضر.

المراجع:

- أحسان، ذياب عبد. تحليل التكاليف البيئية في الشركة العامة للاسماعيلية الشهاد. مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 71 لعام 2008، الجزائر
- برباري، نضال محمود. واقع ثقافة الابداع وعلاقته بالأداء التسويقي لشركات الأدوية الفلسطينية . رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين، 2011
- بن عماره، نوال. المحاسبة عن الأداء البيئي الآفاق والمعوقات" مداخلة في الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات. جامعة ورقلة، 2011
- بوعلام، ولهي: آفاق تطبيق الاستراتيجية المالية الخضراء في ظل الدور الجديد للدولة مع الاشارة إلى حالة الدول العربية النفطية. مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، العدد 12/1، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014
- تيجاني، بالرقى & غربى، عبد الحليم. نظام المحاسبة الخضراء في اطار التنمية المستدامة. مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي بعنوان التنمية المستدامة والكافأة الاستخدامية للموارد المتاحة، 2008 جامعة فرحات عباس، الجزائر
- الحمداني، خليل رجب. التحديات التي تواجه قياس التكاليف البيئية نموذج مقترن. الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات المنعقد بجامعة ورقلة، 2011
- الشحادة، عبد الرزاق قاسم. "القياس المحاسبي للتكنولوجيا البيئي للشركة السورية وتأثيره على القدرة التنافسية. مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية والإدارية، المجلد 26، العدد الأول ،2010، ص 283.
- شعيب، ماجدة. المحاسبة البيئية. ورقة عمل، المحاسبة البيئية، ورشة عمل ، بيروت 2009
- صالحى، سميرة. التسويق الأخضر بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية. الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات المنعقد بجامعة ورقلة، 2011
- الصفار، هادي رضا. المحاسبة عن البيئة المستدامة. مداخلة المحاسبة عن البيئة المستدامة. المؤتمر العلمي الدولي السنوي السادس "أخلاقيات الأعمال ومجتمع المعرفة" جامعة الزيتونة الأردنية / كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، 2006، ص 9-10.
- النيش، نجاة. تكاليف التدهور البيئي وشحة الموارد الطبيعية: بين النظرية وقابلية التطبيق في الدول العربية. إصدار رقم 13 ، المعهد العربي للتخطيط الكويت، ابريل 1999 ، www.arab- api.org،
- هيكل، ايهاه كامل. أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية الأردنية على الأداء التسويقي للعلامة التجارية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية،الأردن، 2011
- Department Of Economic And social Affairs statistics division United Nations, (2005) .preliminary Meeting of the UN Committee on Environmental Economic Accounting. Global Initiative for Environmental Accounting New York 29-31 August).
- Pretty JN, Mason CF, Nedwell DB, Hine RE, Leaf S, Dils R. *Environmental costs of freshwater eutrophication in England and Wales*. American Chemical Society VOL. 37,

NO. 2, 2003:201–208 Environ Science Technology.
.(<http://pubs.acs.org/doi/pdf/10.1021/es020793k>)

• Loew T., Fichter K., Mueller U., shulz W. and Strobel M., *Guide to Corporate Environmental Cost Management*. German Environment Ministry, Berlin 2003 .

• 2- Ambler, T., Kokkinaki, F. (2000). *Marketing performance measurement: which way is up?* **International Journal of Business Performance Management**, 2 (1/2/3): 72-85.