

دور وسائل مكافحة الغسيل الأخضر في حماية البيئة

دراسة ميدانية في مجازر اللحوم والدواجن في محافظة دهوك

د. احسان محسن حسين

مدرس

كلية الادارة والاقتصاد، جامعة نوروز

اقليم كردستان العراق

د. ميسر احمد حسن

أستاذ مساعد

كلية الادارة والاقتصاد، جامعة نوروز

اقليم كردستان العراق

المستخلص

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة في إقليم كردستان بالناحية البيئية أستجابة للتطورات الهادفة للمحافظة على البيئة، ولأجل ذلك أنشأت منظمات وهيئات تهتم بالبيئة في محافظة دهوك وغطت جميع مدن الاقليم، ابرزها مديريات البيئة، وجمعيات حماية المستهلك، ومديرية حقوق الانسان وغيرها، وسنت لذلك التشريعات والقوانين البيئية والهادفة للمحافظة على البيئة ومواردها الطبيعية، وخاصة تلك الغير قابلة للتجديد. وظهرت حركات ضغط غير رسمية تؤيد التوجه العالمي للمحافظة على البيئة، وتندد بكل الممارسات السلوكية الضارة بالبيئة. وفي الجانب الاخر نلاحظ أن بعض منظمات الأعمال تمارس ظاهرة الغسيل الأخضر غير ممتمة بالأمر وكأن الامر لا يعنينا، بل ولا تلتزم بالحد الأدنى من الدعم للجهود البيئية المختلفة. في اشارة الى ضعف إحساسها بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه البيئة والمجتمع. مما شجع على ظهور ممارسات سلبية وبرزها ظاهرة الغسيل الاخضر، والذي زاد الامر تعقيداً إقبال معظم المستهلكين على الأنماط الاستهلاكية الغير صديقة للبيئة وعدم الاكتراث لنتائجها السلبية. ولتعزيز الإطار النظري للبحث تم تطوير استبانة متضمنة أبعاد الدراسة بعدد من الخيارات تغطي تلك الأبعاد وزعت على المنظمات المبحوثة (مسؤولي مجازر اللحوم والدواجن) في محافظة دهوك وبعد تفريغ البيانات وتحليلها توصل البحث لمجموعة من الاستنتاجات أهمها الاتي :-

1. الواقع الحالي للمنظمات موضوع البحث (مجازر اللحوم والدواجن) يؤشر ضعف مسؤوليتها تجاه البيئة، بل انها غير مكترثة للأثار السلبية الناجمة عن اعمالها اليومية.
 2. لحدثة الهيئات والمنظمات المهتمة بالبيئة في محافظة دهوك لم تبلور نتائج جهودها تجاه تقليل الممارسات المضرة بالبيئة كظاهرة الغسيل الاخضر.
- ظهر ان الثقافة الاستهلاكية للأفراد في محافظة دهوك بحاجة الى دراسة ومراجعة والتوجه بها لمنتجات غير ضارة بالبيئة وتعديل عاداتهم الاستهلاكية بما ينسجم مع ذلك.
- الكلمات الدالة:** الغسيل الأخضر، التسويق الأخضر، حماية البيئة، المنتجات الصديقة للبيئة.

1.1 المقدمة

صفحة كاملة في الجرائد يجسد قمة الغش. إذ ادعت تلك الشركة أن منتج "الباركوات والطبيعة يعملان بتناغم كامل"، ووصف الإعلان مُنتج الباركوات، على أنه منتج "صديق للبيئة". ومن المعروف أن الباركوات هو مبيد أعشاب عالي السمية، إذ إنه تسبب في ماليزيا ذاتها بتسمم آلاف العمال، وهو مصنف على لأحة "الذئبة القذرة" التي تعنى بأضرار المبيدات في العالم. إن بعض المستهلكين أصبحوا أكثر وعياً ورفضاً لدفع أثمان غالية من أجل تنظيف البيئة من التلوث الذي تسبب به الشركات الكبرى عبر استغلالها للموارد الطبيعية التي هي ملك لكل الناس ومن ثم بيعها لهم بأسعار مرتفعة. وقد ساعد الشركات العملاقة بالقيام بعمليات الغسيل الاخضر التقدم في صناعة الاعلان وتسويحه لمصلحتها والذي قلب الحقائق بحجة حماية البيئة والبحث الحالي جاء ليكشف الشركات والمنظمات الحكومية والاهلية العاملة في كردستان التي تساهم في تدمير البيئة المحلية مستخدمة الغسيل الاخضر بشتى الوسائل المزيفة

يشير الغسيل الاخضر الى الشركات العملاقة التي تقوم بتدمير البيئة والنسيج الاجتماعي في محاولة للحفاظ على أسواقها وتوسيعها، وتغطي ذلك عبر إظهار نفسها كشركات صديقة للبيئة، وإذا كانت عملية الغسيل الاخضر تقوم به الشركات العملاقة ومراكز الابحاث في الدول المتقدمة فإن الحكومات في العالم الثالث تساهم في هذه الجريمة من خلال فساد تلك الحكومات وخضوعها أكثر فأكثر لحكم العصابات الكبرى ومثال ذلك ففي ماليزيا قامت شركة آي سي آي "ICI" " بنشر إعلان ملون على

المجلة الاكاديمية لجامعة نوروز

المجلد 7، العدد 2 (2018)

استلم البحث في 2018/4/2، قبل في 2018/4/21

ورقة بحث منتظمة نشرت في 2018/5/31

البريد الالكتروني للباحث : Mah_1951@yahoo.com

حقوق الطبع والنشر © 2017 أساء المؤلفين. هذه مقالة الوصول اليها مفتوح موزعة تحت رخصة

المشاع الايداعي النسبي - CC BY-NC-ND 4.0

3.1 أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في إبراز القيمة البيئية للمنظمات، ومعاملة البيئة بطريقة مستدامة، ورعايتها من خلال وضع المسؤولية لحماية البيئة على المنظمات. والمنظمات التي تتبنى حماية البيئة تحتاج إلى إعادة النظر في منتجاتها، وعلى صممي المنتجات إعادة النظر في المواد المطلوبة بعناية أكبر. وبالإضافة إلى ذلك، يجب تطوير حزم من المنتجات بعناية من حيث التحلل البيولوجي وإعادة التدوير وهذا الأمر يسري على منظمات الخدمة التي يمكن أن تساهم في حماية البيئة. من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة مستفيدة من التكنولوجيا والانترنت. ان بقاء الحال على ما هو عليه في الوقت الحاضر دون الاهتمام بالبيئة واتخاذ الاجراءات لاستدامتها سوف نشهد العديد من ممارسات تضليل المستهلكين وهو ما يعرف بالغسيل الأخضر.

4.1 اهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف التالية :-

1. الاهتمام بالأداء البيئي للمنظمات موضوع البحث يمكن أن يؤدي إلى ميزة تنافسية من خلال تمييز المنتجات وتعزيز سمعة الشركة.
2. الكشف عن الكوارث التي تحل بالبيئة نتيجة الممارسات اللامسؤولة للمنظمات التي تستخدم الغسيل الأخضر.
3. تشجيع المنظمات على إنتاج منتجات صديقة للبيئة وإبراز المزايا المتحققة من وراء ذلك.
4. الحصول على المزيد من الأفكار التي تجعل المستهلكين تستجيب لمنظمات الغسل الأخضر.
5. تقييم الضرر الذي تلحقه عمليات الغسيل الأخضر على المستهلك والمجتمع ومدى تقبله وتبنيه للممارسات الصديقة للبيئة.

5.1 مخطط البحث الافتراضي

أدناه مخطط الافتراضي للبحث الشكل (1).

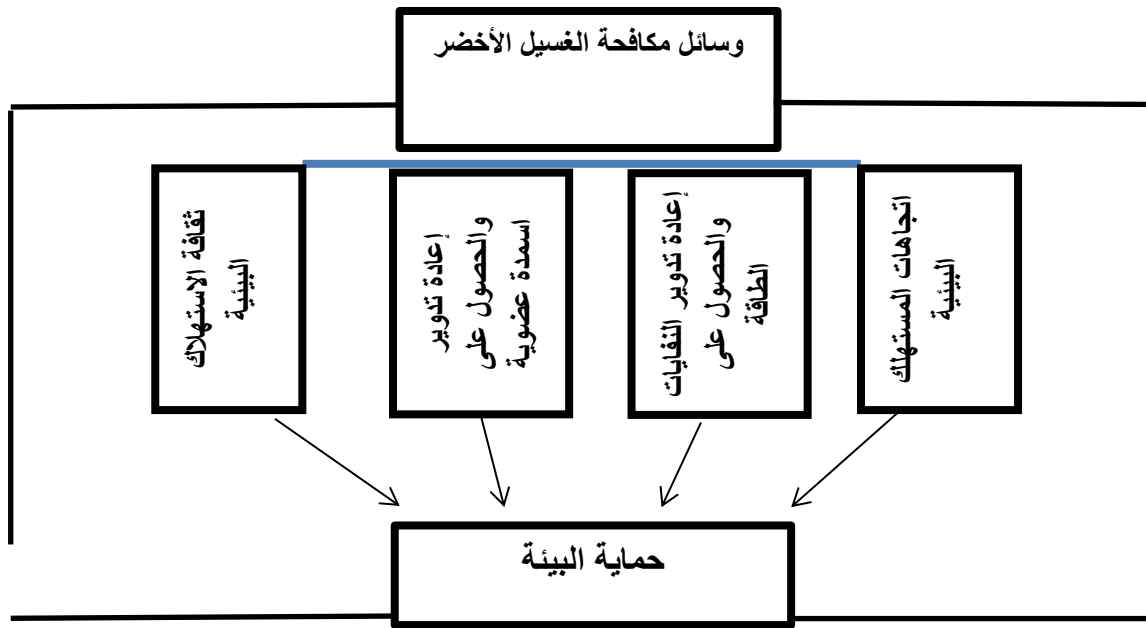
للحصول على الارباح الطائفة. وقد تنفق البعض منها أموالا لكي تُظهر نفسها كشركات ممتمة بالبيئة؟ ولكن واقع الحال غير ذلك. ومن خير مثال على ذلك المجازر الاهلية والحكومية والمنتشرة بصورة عشوائية دون معرفة اين تذهب مخلفاتها، كذلك الممارسات اللامسؤولة من قبل محلات وورش غسل وتشحيم وصيانة السيارات وغيرها. وقد اشتمل البحث على خمسة محاور تضمن الأول : المقدمة ومنهجية البحث وتناول المحور الثاني الغسيل الأخضر تأطير نظري فيما بحث المحور الثالث حماية البيئة وكيفية الوصول الى ذلك وخصص المحور الرابع للدراسة الميدانية التطبيقية للبحث واخيرا احتوى المحور الخامس على الاستنتاجات والتوصيات.

2.1 مشكلة البحث

تتجسد مشكلة البحث في قيام بعض الشركات بممارسة عمليات الغسيل الأخضر لعل ابرزها شركات انتاج المنظفات، شركات انتاج النفط وانبعاثات غازات الاحتباس الحراري، ابتكار المنتجات، تحليل دورة الحياة، نظم إدارة البيئة، التطوير التكنولوجي، إدارة النفايات، وإعادة التدوير، المراجعات البيئية. من خلال استخدام الاعلانات وإطلاق البرامج البيئية والاجتماعية وغيرها من الوسائل بهدف تضليل المستهلك وتحسين صورتها امامه، منقفة لأجل ذلك الاموال بسخاء، تلك الشركات عادة تملك وسائل لإخفاء صورتها البشعة، ويمكن صياغة مشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية :-

1. هل الإجراءات والفعاليات الجوهرية للشركات التي تعمل في مكافحة ظاهرة الغسيل الأخضر ستكون إيجابية و سينعكس تأثيرها في حماية البيئة لتلك الشركات.
2. هل سيؤدي المشاكل البيئية الناجمة عن ممارسة الغسيل الأخضر الى الضغط على تلك الشركات لكي تقوم بدور أكبر ونشط في الإدارة البيئية.
3. هل تختلف المشاكل البيئية بين صناعة وأخرى وما تأثير ذلك على حماية البيئة خصوصا في المنظمات موضوع البحث.

4.



المصدر : من اعداد الباحثين

الشكل (1): المخطط الافتراضي للبحث

ما ورد في الأدبيات المتعلقة بموضوع البحث. وقد فرغت البيانات ضمن مقياس خماسي الأبعاد، وتضمنت متغير مستقل واحد عرف ب (وسائل مكافحة الغسيل الأخضر) وفيما اختص الجزء الأول منه بالأسئلة المتعلقة باتجاهات المستهلك البيئية في محافظة دهوك، و الجزء الثاني خصص لأسئلة مكافحة الغسيل الأخضر للحصول على الطاقة الكهربائية بينما تطرقت أسئلة الجزء الثالث الى مكافحة الغسيل الأخضر والحصول على أسمدة عضوية، وكانت أسئلة الجزء الرابع تتعلق بثقافة الاستهلاك البيئية لمجتمع الدراسة والوصول الى بيئة نظيفة، اما المتغير التابع فخصص لحماية البيئة.

ب. صدق الأداة وثباتها : - بعد الانتهاء من تطوير استمارة الاستبيان تم عرضها على مجموعة من الخبراء والأكاديميين المختصين بموضوع الدراسة بهدف الحكم على مصداقيتها، وعلى ضوء ذلك فقد تم تعديل وإضافة بعض الفقرات واستبعاد فقرات أخرى. و تم تعزيز المصداقية باختبار الأداة على عينة تجريبية مؤلفة من 20 محوثاً، بعدها تم اختبار ثبات الأداة بالاعتماد على اختبار كرونباخ ألفا، والذي أظهر ثباتاً لكل مجالات الدراسة، حيث ظهر معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (0.933) ويعد هذا المعدل مقبولاً في الدراسات التسويقية.

6.1 فرضيات البحث :

يمكن إيجاز فرضيات البحث بالآتي :-

1. الإجراءات والاعمال الرئيسية والجزئية التي تقوم بها المنظمات المهتمة بيئياً ستكون إيجابيه التأثير في حماية البيئة لتلك المنظمات.
2. اعادة التدوير لمخلفات اللحوم والدواجن من شأنها ان تؤدي الى التقليل من التلوث البيئي.
3. ضعف دور المنظمات الحكومية وغياب كامل للقطاع الخاص والمنظمات المهنية في حماية البيئة والوصول الى الاهداف المطلوبة
4. تساهم ثقافة الاستهلاك البيئية في محافظة دهوك في انتشار ظاهرة الغسيل الاخضر وتشجع على بقاءه.
5. هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين وسائل مكافحة الغسيل الأخضر باعتباره متغيراً مستقلاً وبين حماية البيئة باعتباره متغيراً تابعاً على المستوى الكلي.

7.1 أدوات البحث وعينته

أ. وصف الاستبانة :- اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمد أسلوب الاستبانة لجمع المعلومات عن الظاهرة قيد البحث، وقد احتوت مجموعة من الأسئلة الخاصة بظاهرة الغسيل الاخضر وتأثيراتها على البيئة، وتم صياغة فقراتها من خلال

ت. عينة البحث

3. دراسة Harkink، 2014، بعنوان (الغسيل الأخضر وكيف سيرد المستهلكين

عليه) جاءت هذه الدراسة نتيجة تزايد التلوث البيئي في الوقت الحاضر و استخدام الاستراتيجيات غير المستدامة أو الغسيل الأخضر يزايد أيضا. تتظاهر الشركات بأن إنتاجها مستدام وأنها معنية بالبيئة. تستخدم الكثير من الشركات "الاستراتيجيات الخضراء" من أجل زيادة الأرباح أو اكتساب بعض المزايا الأخرى، ومن أجل القيام بذلك، فإنها تضلل العملاء فقد ظهر كلاً من خصائص التسويق الأخضر والغسيل الأخضر وعلى العملاء تقييم ذلك عند شراء المنتجات البيئية. وهدفت هذه الدراسة الى إنشاء خط واضح للمستهلكين ليتمكنوا من التمييز بين التسويق الأخضر والغسيل الأخضر، وأظهر الاستنتاج أن معرفة الجمهور بالموضوعين منخفضة نسبياً مما يخلق حاجة أكبر للبحث.

المحور الثاني : الغسيل الأخضر – تأثير نظري -

1.2 التعريف بالغسيل الأخضر ومفهومه (Greenwashing)

الغسيل الأخضر هو عملية تضليل المستهلكين من خلال الممارسات البيئية للشركة أو تضخيم الفوائد البيئية لمنتج أو خدمة ما. والغسيل الأخضر لا يخرج عن كونه نقل المعلومات إلى الجمهور الذي يعتبر ظاهراً ومضموناً تحريف للوقائع والحقيقة من أجل أن تظهر الشركة اجتماعية و مسؤولة بيئياً في أعين الجمهور المستهدف (مقري، 2012 : 7). ويرى (Ramus, C, A, & Montie, 2005 : 377) في الغسيل الأخضر هو التضليل الذي تمارسه المنظمة لتقديم صورة عامة مسؤولة بيئياً. " ويذهب آخرون الى اعتبار الغسيل الأخضر عبارة عن عمل مضلل للمستهلكين فيما يتعلق بالممارسات البيئية للمنظمات، أو الفوائد البيئية لمنتج أو خدمة (6 : 2007)؛ Delmas & TerraChoice Burbano). ويرى آخرون بأن الغسيل الأخضر هو مصطلح مشتق من "تبييض" (بالإنجليزية : Whitewashing) وقد صيغ هذا المصطلح من الناشطين البيئيين لوصف جهود الشركات في تصوير نفسها كصديقة للبيئة وتستخدم ذلك كقناع للمخالفات البيئية. ويرى الباحثان : ان الغسيل الأخضر لا يخرج عن كونه الاستخدام السلبي للتسويق الأخضر من خلال مخادعة المستهلك لتعزيز إدراكه بأن منتجات الشركة هي منتجات صديقة للبيئة ويظهر جلياً عندما يكون إفاق الشركة من المال والوقت أكبر بكثير من إفاقها على الممارسات البيئية والغسيل الأخضر هي جهود يمكن أن تتراوح من تغيير الاسم أو التسمية من منتج لاستحضار البيئة

الهدف من هذه الرسالة هو إنشاء خط واضح بين النظراء للقاء ليتمكنوا من التمييز بينهم. يمكن للخط الذي يمكن أن ي-

نظراً لما لموضوع الغسيل الأخضر من تأثير على البيئة، جاء اختيار دراسة هذه الظاهرة في محافظة دهوك ممثلاً بالمساح والمجازر الحكومية والأهلية الموجودة بالمحافظة * مجالاً للبحث، حيث استخدم أسلوب العينة العشوائية، وبلغ عدد الاستبانات (40) استبانة وبما يتناسب مع حجم العينة.

8.1 الدراسات السابقة

1. دراسة () CATHERINE A. RAMUS & IVAN MONTIEL،

(2005) والتي كانت بعنوان عندما تتبع الشركات شكلاً من أشكال سياسات الغسيل الأخضر، تطرقت هذه الدراسة الى السياسة البيئية تمثل بدقة التزام الشركات للاستدامة البيئية؟ لأن الشركات ليست مطلوبة بموجب القانون نشر بيانات السياسة البيئية أو التحقق من صحة هذه العبارات السياسات البيئية وتنفيذ السياسات البيئية تمثل نية جادة من قبل منظمة لتنفيذ السياسة. الالتزام لا يأتي من نشر البيئة بيان downloadpolicy ولكن من تنفيذ التغييرات التي تتحسن الأداء البيئي للشركة في قطاعات الصناعة أظهرت الدراسة ان قطاع الصناعات الكيماوية وشركات قطاع النفط والغاز هي الأكثر ميلاً لتنفيذ السياسات البيئية.

2. دراسة سلمان عباس، 2009 (ظاهرة الغسيل الأخضر) جاءت مع ازدياد الوعي

البيئي بالمشاكل البيئية التي تسببها الشركات الكبرى أثناء عمليات الإنتاج، مع ما يرافق ذلك من "سطو" على الموارد الطبيعية، وخوف تلك الشركات من تأثير ذلك الوعي على المستهلك، بحيث يصير متطلباً لبضائع من شركات تلتزم بالحد الأدنى من المعايير البيئية، كان لا بد لتلك الشركات العملاقة من وضع استراتيجية لتلميع صورتها كشركات تهتم بالبيئة. وقد أطلق على تلك الحملات تعبير "الغسيل الأخضر" وهو تعبير يعني عملية نشر معلومات مغلوطة تقوم بها مؤسسات لظهورها أمام الرأي العام كمؤسسات ممتمة بالشؤون البيئية. وهدفت الدراسة الى زيادة وعي المستهلكين ورفضهم لدفع أثمان غالية من أجل تنظيف البيئة من التلوث الذي تسبب به الشركات الكبرى عبر استغلالها للموارد الطبيعية التي هي ملك لكل الناس ومن ثم بيعها لهم بأسعار مرتفعة.

العام لعلاماتهم التجارية. وغالبا ما تكشف هذه الشركات عند افصاحها عن ذلك لتعظيم مفاهيم شرعية. ومع ذلك، هناك مجموعة متزايدة من البحوث المحاسبية والاجتماعية والبيئية تكشف عن الموقف السلبي للشركات واستخدام الخداع التسويقي في غياب الرقابة والرصد الخارجي. وهناك نماذج على استخدام الغسيل الأخضر لعل ابرزها : - (K.M. Harkink ، 2015 : 11).

● الغسيل في الفنادق في نيويورك عام 1986 وهي ممارسة في صناعة الفنادق من خلال وضع لافتات في كل غرفة تشجع إعادة استخدام المناشف ظاهريا "لإنقاذ البيئة".

● في معظم الحالات، يجري فيها بذل جهود ضئيلة أو معدومة تجاه الحد من هدر الطاقة من قبل هذه المؤسسات، كما يدل على ذلك عدم وجود تخفيض تكلفة هذه الممارسة.

● إدخال نظام التداول الانبعاثات الكربونية قد يشعر انها جيدة، ولكن قد تكون عكسية اذا كان سعر تكلفة الكربون منخفضة جدا، أو إذا أعطيت بواعث كبيرة "أرصدة مجانية". على سبيل المثال، بنك أوف أمريكا فرع MBNA.

5.2 مخاطر ومساوئ الغسيل الأخضر

من البديهي القول إن عمليات تبييض صورة الشركات الملوثة يشكل بحد ذاته تضليلاً للمستهلك لأنها تُعطي المستهلك صورة مغلوطة عن الشركة، لا يمكنه إذا كان صاحب وعي واهتمام بيئي أو اجتماعي من اتخاذ القرارات الصائبة في تعامله مع تلك الشركات. إضافة إلى هذا السبب الواضح، فإن هناك أسباباً تجعل من عملية تبييض صورة الشركات أكثر خطورة ومن تلك الأسباب : (سامان عباس، 2009 : 7).

1. إن الشركات الملوثة، التي تملك وسائل لإخفاء صورتها البشعة، تستفيد من الأموال العامة التي تُقدّمها بعض البرامج الحكومية كمساعدة من أجل تطوير الصناعات النظيفة ما يعني حرمان الشركات النظيفة فعلاً، من تلك المساعدات.

2. بما أن الشركات الكبرى تملك قدرات تسويقية ودعائية أكبر بما لا يُقاس من الشركات الأصغر والأنظف بيئياً فإن الشركات العملاقة أكثر قدرة على تبييض صورتها مما يجعل الشركات الصغرى أعجز من أن تقدر على منافسة الشركات الكبرى في تسويق منتجاتها التي هي أخف ضرراً بالبيئة.

الطبيعية على المنتجات التي تحتوي على المواد الكيميائية الضارة إلى الحملات الإعلانية بملابن البولارات.

* تم توزيع استمارة الاستبيان على إدارات المساح والمجازر المنتشرة في مدينة دهوك واقتضيتها مع إعطاء شرح موجز عن الغسيل الأخضر.

2.2 التسويق الأخضر والغسيل الأخضر

يمكننا القول أن التسويق الأخضر و الغسيل الأخضر هي وجهان لعملة واحدة. (Tinne, 2013 : 81-88)، فالتسويق الأخضر على أنه "عملية نظامية متكاملة تهدف إلى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى طلب منتجات غير ضارة بالبيئة وتعديل عاداتهم الاستهلاكية بما ينسجم مع ذلك والعمل على تقديم منتجات ترضي هذا التوجه بحيث تكون المحصلة النهائية هي الحفاظ على البيئة وحماية المستهلكين وتحقيق هدف الربحية للشركة". أما الغسيل الأخضر هو خداع المستهلكين عن طريق قول الحقيقة للمستهلكين، ولكن ليس كل الحقيقة. والمنظمات تكشف المعلومات التي تكون مواتية لصورته، ولكنها تحجب المعلومات التي لا تعكس صورتها الحقيقية وهذا يشير إلى أن الغسيل الأخضر يمكن أن ينظر إليه على أنه 'لعبة الإقناع' و الغسيل الأخضر يحدث في مختلف الاحوال. وهو ظاهرة سلبية متنامية (البكري، 2006 : 242).

مميزات الغسيل الأخضر : يتميز الغسيل الأخضر، في كثير من الأحيان من 3.2

خلال تغيير اسم العلامة التجارية أو المنتج، لإعطاء انطباع عن "الطبيعة"، كوضع صورة للغابات على زجاجة من المواد الكيميائية. وعموماً، أصبح مصطلح الغسيل الأخضر يستخدم الآن للإشارة إلى مجموعة واسعة من الشركات، بما في ذلك ليس على سبيل الحصر، حالات معينة من التقارير البيئية، ورعاية الأحداث، وتوزيع المواد التعليمية، وغيرها. ومع ذلك، وبغض النظر عن الاستراتيجية المستخدمة، فإن الهدف الرئيسي من الغسيل الأخضر هو إعطاء المستهلكين وواضعي السياسات الانطباع بأن الشركة تقوم باتخاذ الخطوات اللازمة لإدارة بيئية.

http://www.rai-akhar.com/ar/index.php?option=com_content&task=view&id=284&Itemid=86

4.2 استخدامات الغسيل الأخضر في الوقت الحاضر ونماذج منها

العديد من الشركات والهيئات مارست الغسيل الأخضر كوسيلة لإصلاح التصور

التصنيف. أن اتجاه الغسيل الأخضر قد يكون كافياً لإحداث في نهاية المطاف إلى تخفيض حقيقي في الممارسات الضارة بيئياً. فقد تم اكتشاف 95% من المنتجات الاستهلاكية يدعون أنها منتجات خضراء لارتكاب واحدة على الأقل من خطايا الغسيل الأخضر والتي يمكن حصرها :

الخطايا السبع للغسل الأخضر هي كما يلي (Terra Choice Group, The Sins of Greenwashing Home and Family Edition 2010)

1. خطيئة إخفاء صفات المنتج والتي تشير إلى المنتج هو "الأخضر" على أساس مجموعة ضيقة غير معقولة من الصفات دون الانتباه إلى القضايا البيئية الهامة الأخرى.
2. خطيئة متعلقة بالمطالبات البيئية المدعومة بالمعلومات الداعمة يمكن الوصول إليها بسهولة أو شهادة من طرف ثالث يمكن الاعتماد عليها.
3. خطيئة الغموض، المبالغة في الحديث عن الجودة، ومحتويات المنتج التي يرتكبا كل ادعاء، ومن المرجح أن يساء فهمها من قبل المستهلك.
4. خطيئة تسميات زائفة بالكلمات أو الصور، ويعطي الانطباع بوجود تأييد طرف ثالث، ولا يوجد مثل هذا التأييد.
5. خطيئة عدم الاعتماد بضرورة اعتماد المطالب البيئية التي قد تكون صادقة ولكن الذي هو غير مهم أو غير مفيدة بالنسبة للمستهلكين البحث عن المنتجات المعدلة بيئياً.
6. خطيئة أهون الضررين، التي ارتكبا المطالبات التي قد يكون صحيحاً في فئة المنتج، ولكن هذا الخطر الأكبر هو تشتيت المستهلكين من الأثر البيئي.

7.2 استراتيجيات الغسيل الأخضر يمكن التمييز بين ثلاثة استراتيجيات هي

الاستراتيجية الأولى هي استخدام لغة غامضة أو رقيقة. كلمة "إعادة التدوير" وكثيراً ما يستخدم، فضلاً عن "صديقة للبيئة". يتم إعطاء رؤى تمكنك أن تجد مكاناً لإعادة تدوير المنتج، أو في كيفية أن يكون المنتج ودي للبيئة. في الواقع عبارة 'قابلية لإعادة التدوير' و" صديقة للبيئة" هي كلمات فارغة وغير صادقة.

الاستراتيجية الثانية هي استخدام الصور موحية. حيث يتم وضع صورة في الرسالة. تلك الصورة تثير الانطباع أن المنتج له آثار إيجابية على البيئة. مثال على هذه الاستراتيجية هو وضع صورة الغابات في الرسائل.

الاستراتيجية الثالثة هي عدم وجود دليل على وجود الغسيل الأخضر. هذه الاستراتيجية تتوافق مع الاستراتيجية الأولى. وقد بذلت مطالبات منظمة عن كونها

3. تثبت الدراسات ان الشركة التي تستطيع إقناع المستثمر بأنها شركة معنية بالمشاكل البيئية والاجتماعية تكون أكثر جذبا للاستثمارات ما يجعلها أكثر قدرة على تدمير الشركات الصغرى عبر حرمانها من الاستثمارات الخاصة.

4. التمييز بين فوائد المنتج وحزمة الخدمات التي يقدمها : ينبغي تقديم متطلبات التسويق البيئية بطريقة يجعل من الواضح ما إذا كانت السمة البيئية أو المنفعة يجري التأكيد عليها (أو متوفرة) في المنتج كالتعبئة والتغليف للمنتج، أو الخدمة أو جزء أو مكون من مكونات المنتج، أو حزمة الخدمات. بشكل عام، إذا كانت السمة البيئية أو المنفعة تنطبق على جميع المنتج، قد يكون هناك استثناءات لهذا المبدأ العام. على سبيل المثال، إذا تم إجراء المطالبات "إعادة التدوير" غير مؤهلة للتنفيذ بسبب وجود عنصر عرضي يحد بشكل كبير من القدرة على إعادة تدوير المنتج، فهنا تكون المطالبات البيئية مجرد خادعة (Guides for the use of environmental marketing claims. Received November 14, 2009, from ftc.gov).

5. المبالغة في السمة البيئية : لا ينبغي أن تعرض مطالب التسويق البيئية بطريقة يبلغ فيها بالسمة البيئية أو المنفعة، صراحة أو ضمناً. يجب على المسوقين تجنب الآثار المترتبة على فوائد بيئية هامة إذا كانت الفائدة هي في الواقع ضئيلة أو لا تكاد تذكر. وينبغي تقديم المطالبات التسويقية البيئية التي تتضمن بيان مقارن بطريقة يجعل أساس للمقارنة واضح بما فيه الكفاية لتجنب خداع المستهلك. فضلاً عن ذلك، يجب أن تكون قادرة على إثبات المعلومات المعلنة. ولوحظ ان لجنة التجارة الاتحادية في عام 2010 أنه سيتم تحديث مبادئها التوجيهية لمطالبات التسويق البيئية في محاولة للحد من الغسيل الأخضر. إن إدخال المنتجات الصديقة للبيئة في السوق هو الفوز بالنسبة للمستهلكين الذين يرغبون في شراء المنتجات الأكثر اخضراراً ممن يريد بيعها.

6.2 معارضة الغسيل الأخضر

وفقاً لبعض المنظمات المعارضة للغسيل الأخضر، كانت هناك زيادة كبيرة في استخدامه من قبل الشركات على مدى العقد الماضي. وأصدرت شركة الاستشارات الدعاية تقرير تدل على زيادة 79% في استخدام الغسيل الأخضر في الشركات بين عامي 2007 و 2009. وبالإضافة إلى ذلك، بدأ الغسيل الأخضر ليعبر عن نفسه بطرق متنوعة جديدة. داخل سوق المنتجات في الولايات المتحدة، وبعض الشركات بدأت في المطالبة بأن التغييرات في سياسة التفكير بالبيئة التي ستسمح لهم لكسب نقاط من خلال القيادة في مجلس البناء الأخضر الأميركي للطاقة والتصميم البيئي برنامج

تختار للتواصل بنشاط حول المسؤولية البيئية للمنظمة، مع وجود نية لتحمل التكاليف المستقبلية من الممارسات البيئية. دلماس وبربانو (2013 : 200؛ Chintakunta).

8-2 آثار الغسيل الأخضر

يشير (Chen & Chang, 2013 : 489-500) إلى أن الغسيل الأخضر يؤثر سلباً على الثقة الخضراء. يتم تعريف الثقة الخضراء على النحو التالي: الرغبة في الاعتماد على منتج أو خدمة أو علامة تجارية على أساس الاعتقاد أو التوقعات الناجمة عن مصداقيتها، والقدرة عن أداءها البيئي. لتعزيز الثقة الخضراء، ينبغي للمنظمات تقليل من سلوك الغسيل الأخضر. وعلاوة على ذلك، تعلن أن الغسيل الأخضر هو إرباك المستهلك والمخاطر المتوقعة توسط العلاقة السلبية بين الغسيل الأخضر والثقة الخضراء. يشير إرباك المستهلك الأخضر لعدم معرفة المستهلك تطور التفسير الصحيح للأداء البيئي للمنتج من الخدمة.

المحور الثالث : حماية البيئة

1.3 مفهوم حماية البيئة

تعريف حماية البيئة بأنه جميع السلوكيات والأنشطة التي يتم القيام بها للحفاظ على المظاهر البيئية من التلوث أو الحد من التلوث الموجود، وتشمل هذه الأنشطة تغيير خصائص المنتجات والتسويق وتغيير تقنيات الإنتاج، وتغيير طرق الاستهلاك، وإعادة تدوير المخلفات أو التخلص منها في مرافق خاصة، وحماية المرافق والمظاهر البيئية من التدهور www.oecd.org, 25-9-2001

2.3 حماية البيئة وتحقيق مفهوم الإدارة البيئية

مفهوم الإدارة البيئية في إطار المنظمات المبحوثة يقوم أساساً على وضع الخطط والسياسات البيئية من أجل رصد وتقييم الآثار البيئية لتلك المنظمات، على أن تشمل المراحل الإنتاجية كافة ابتداءً من الحصول على المواد الأولية ووصولاً إلى المنتج النهائي والجوانب البيئية المتعلقة به. وتقوم أيضاً على تنفيذ أکفء الإجراءات الرقابية، مع الأخذ بالحسبان جانب التكاليف والأثر البيئي لهذه الإجراءات أيضاً، إضافة إلى كيفية استخدام الموارد و لا بد من توضيح الأدوات والطرق المتبعة لمنع التلوث وللإستخدام الرشيد للموارد. (UNDP, 1996 : 177). أما (Henning, 1989 : 342) فقد أوجز مفهوم الإدارة البيئية على أنها "إدارة النشاطات والسياسات العامة ضمن المشاكل البيئية من أجل حماية الشؤون العامة، والإدارة البيئية كأى إدارة أخرى عملية إنسانية حيث يتفاعل ويعمل الأفراد والجماعات من أجل تحقيق مجموعة من القيم

صديقة للبيئة، لا يوجد تفسير لما معنى "إعادة التدوير" أو "صديقة للبيئة" في سياق معين ((Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2011 : 30-41)). وبعض المنظمات تأخذ على الغسيل الأخضر بسبب: العوامل الخارجية والتنظيمية والفردية. فالعوامل الخارجية المؤثرة على "الغسيل الأخضر" وتشمل ضغوط من الجهات الفاعلة غير السوقية والجهات الفاعلة في السوق. فالجهات الفاعلة غير السوقية هي: المنظمات والمنظمات غير الحكومية. في السياق التنظيمي هو القوة، لأن هناك عواقب محدودة للمنظمات التي تستخدم الغسيل الأخضر. لا توجد معايير لتبليغ رسائل بيئية، وليس هناك سيطرة على تلك الرسائل. ان المنظمات غير الحكومية ووسائل الإعلام تلعب دوراً حاسماً كمراقبين غير رسميين عن الغسيل الأخضر. وتسعى هذه المنظمات لعقد ندوات خاضعة للمساءلة عن أفعالهم. هذا يشجع المنظمات أن تكون إيجابية حول الأداء البيئي السيئ بهم. والجهات الفاعلة في السوق هي: طلبات المستهلكين، مطالب المستثمرين، والضغوط التنافسية. والمزيد من المستهلكين، وكذلك المستثمرين، يطالبون بمنتجات صديقة للبيئة. إذا المنافسين هم مسؤولين بيئياً، والمنظمات تستخدم الغسيل الأخضر خوفاً من فقدان الزبائن لمنافسيهم (Tinne, 2013 : 81-88). العوامل التنظيمية للغسيل الأخضر تشمل الخصائص التنظيمية وهيكل الحوافز والاتصالات داخل المنظمة والجمود التنظيمي. حجم المنظمة، والصناعة، والربحية، ومرحلة دورة حياة، والكفاءات يؤثر جميعها على استراتيجية المنظمات. وسوف تؤثر أيضاً ما إذا كانت المنظمة تشعر الضغوط الخارجية لاستخدام الغسيل الأخضر. وهيكل الحوافز من المنظمات، الغسيل الأخضر يمكن أن ينظر إليه على أنه سلوك غير أخلاقي، والغسيل الأخضر هو الحل الأسهل للجمود التنظيمي يعيق التغيير الاستراتيجي. يمكن أن يؤدي إلى نقص في الممارسات الخضراء (Chintakunta, 2003 : 200).

وتشمل العوامل الفردية من الغسيل الأخضر

يمكن أن يؤدي الغسيل الأخضر. الى التحيز بتفائل نحو الميل من الإفراط في تقدير احتمالات الأحداث الإيجابية. الى الإفراط في تقدير احتمالات نجاحات الغسيل الأخضر شيء ممكن، في حين يتم التركيز في إطار تقدير احتمالات الأحداث السلبية الناجمة عن الغسيل الأخضر. على الآثار الإيجابية للغسيل الأخضر، في ذات الوقت هناك العديد من الآثار السلبية للغسيل الأخضر الذي أيضاً يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار. عندما يتم اتخاذ قرار للتواصل حول المسؤولية البيئية اليوم، يمكن للإدارة أن

2. تحقيق مزايا تسويقية : تسعى المنظمات المبحوثة لإنتاج منتجات غير مضرّة بالبيئة ولهذا تكون حصتها السوقية أكبر من حصة مثيلاتها التي لاتلتزم بالشروط البيئية فالمنتجات التي يمكن إعادة تصنيعها بعد الاستخدام أو التي تنتج بإتباع تكنولوجيا نظيفة تزيد من قوة المنشأة التنافسية.(الغزوي، 2002 : 195).

المحور الرابع : الدراسة الميدانية

1.4 الواقع الحالي لمخلفات مجازر اللحوم والواجن في منطقة البحث :-

في الوقت الحاضر بدأ المواطن تزداد مطالبه بضرورة الاهتمام وتحسين البيئة وخصوصا في إقليم كردستان، وما نحتاجه هو توفر أداة للتخطيط وإدارة تلك المشاريع ومراقبة مخرجاتها، على أن تدعمها قرارات وتشريعات تساند هذه المشاريع للوصول إلى بيئة نظيفة عن طريق الحد من ظاهرة الغسيل الأخضر وغيرها من الممارسات السلبية ولوقف التدهور البيئي. فلابد من دراسة الواقع الحالي لمجازر اللحوم في محافظة دهوك والذي نوجز اعمالها ونشاطاتها بالاتي : (حسن و عمر، 2010 : 8)..1. وجود مشاريع للدواجن (فروج اللحم) في المنطقة المبحوثة بواقع (109) مشروع دواجن تنتج كل وجبة (1328400) فروج بفترة (45) يوم من خلال (157) قاعة، حيث أن معدل وزن فروج اللحم بعد تلك الفترة يتراوح (1) كغم (كمعدل) وتذهب بمحدود نسبة (30%) منه كنفايات (مديرية البيئة، محافظة دهوك : 2012).

2. وجود مسالخ حكومية للحوم الحمراء في المنطقة المبحوثة وموزعة ومنتشرة على الرقعة الجغرافية وتقوم بضح لحوم الأغنام والأبقار إلى أسواق المحافظة بواقع (150-160) رأس أغنام و(45-55) رأس أبقار ينتج عنها نسبة (10 % 15 %) كفايات، وإذا ما علمنا أن وزن الخروف الواحد (20) كغم في المعدل وان وزن البقرة أو الثور الواحد في المعدل يتراوح بين (80 – 100) كغم (م.مسلخ بلان في محافظة دهوك) مما تقدم يمكن حصر كمية النفايات الصلبة كالآتي :-

أ. فروج اللحم كل 45 يوم $8 \times 10627200 = 84977600$ كغم سنويا $\times 30\% = 25493280$ كغم نفايات الدجاج في السنة.

ب. 155 أغنام تجهز يوميا $20 \times 155 = 3100$ كغم في المعدل $\times 300 \times 15\% = 139500$ كغم نفايات أغنام في السنة.

ت. 50 ابقار $90 \times 50 = 4500$ كغم في المعدل $\times 300 \times 15\% = 202500$ كغم نفايات أبقار في السنة.

والأهداف التنظيمية المحددة بصورة مسبقة. مما تقدم يتضح أن الإدارة البيئية نظام متكامل يتضمن جميع العناصر الإدارية ويكون للعنصر البشري دور في توجيهها لضمان حماية البيئة ولوقف نزيف التدهور الحاصل فيها.

3.3 فوائد تطبيق الإدارة البيئية في المنظمات المبحوثة

بإمكان المنظمات المطبقة لنظام الإدارة البيئية ومنها المنظمات موضوع البحث من تحقيق مجموعة من المزايا التي تجعلها متفوقة على مثيلاتها وتضمن لها القدرة على المنافسة والاستمرارية والتطبيق الناجح للإدارة البيئية في المنظمات المبحوثة يجعلها في موقف سليم كونها تنتج منتجات قليلة الضرر للبيئة وتساهم في تحقيق الاتزان البيئي فضلا عن تحقيق فوائد وفورات أهمها ما يلي (بجياوي إلهام وآخرون، 2009 : 7) :-

1. رفع الإنتاجية وتخفيض التكاليف : ويكون ذلك من خلال :

أ. ترشيد استخدام الموارد وتقليل هدر الطاقة.

ب. تقليل نسبة المعيب في الإنتاج.

ت. زيادة كفاءة أداء العاملين بفضل البرامج التدريبية وانتقاء الكفاءات.

ث. ضبط العلاقة مع المجهزين وتحسينها.

ج. زيادة إنتاجية العاملين يجعل محيط العمل مناسب بيئيا، إذ أشارت بعض الدراسات مؤخرا إلى أن الأبنية المناسبة بيئيا يمكن أن تزيد من إنتاجية العاملين إلى 15% (UNDP,1997 : 5) .

ح. وفورات في التكاليف ناتجة من :

* التخفيض في استهلاك الطاقة والموارد الأخرى.

* خفض النفايات الصلبة وإعادة استخدامها وتدويرها وبالتالي خفض نفقات التخلص منها.

* الوفورات المتأتبة من بيع الإنتاج العرضي والمخلفات.

* خفض أعباء النقل والتخزين نتيجة الإقلال من مدخلان المادة الأولية والطاقة.

* انخفاض الأعباء المالية والجزاءات المفروضة بسبب التلوث نصير التقليل من الآثار البيئية.

* تخفيض الاستثمار في رأس المال : بالنظر إلى برنامج درء النفايات الصلبة والوفورات في الطاقة فإن متطلبات الإنتاج من الموارد الأولية والطاقة ستكون بمعدلات أقل من ذي قبل، الأمر الذي يعكس نفسه على قلة الاستثمار في رأس المال.

الأطعمة المنزلية ويعتبر هذا المشروع ذو ربحية عالية وذو طلب متزايد لتسميد المساحات الزراعية، وتساعد هذه الطريقة في الحد من تدهور البيئة وتعمل على حمايتها (البدوانية، بشرى، 2011 : 2).

ج. ثقافة الاستهلاك البيئية : وتتلور هذه الثقافة في كيفية اختيار السلع التي لا تسبب تلوثاً على البيئة حتى وان تطلب الامر دفع مبالغ اعلى شرط ان تكون طبيعية وخالية من الإضافات المضرة، وكذلك يجب الاعتماد على شراء سلع بديلة عن المنتجات الحيوانية او حتى منتجات حيوانية اقل ضرراً كاللحوم البيضاء وهذه ضررها اقل على الانسان وعلى البيئة، ولم نلاحظ الاهتمام الكافي بثقافة الاستهلاك البيئية في منطقة البحث.

* يقصد بالنفائات الصلبة : مخلفات مجازر اللحوم والدواجن في المنظمات التي اخضعت للبحث.

3.4 تحليل نتائج البحث : فيما يلي تحليلاً للنتائج الميدانية للبحث وبجسب الفقرات الآتية :

أولاً- وسائل مكافحة الغسيل الأخضر (المتغير المستقل) :

يبين الجدول (1) و (2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات المتغير المستقل x (مكافحة الغسيل الأخضر)، ظهر أن المتوسط الحسابي لمعظم فقراته أكبر من 3 (متوسط المقياس)، حيث تشير الأرقام في الجدول المذكور إلى أن المستهلك يدرك خطورة ظاهرة الغسيل الأخضر من خلال وسائله التي أخضعت للدراسة والدور الذي تلعبه في تدمير البيئة، ويبين التحليل بأن الفقرة المتعلقة (X11) والتي تنص على (تسويق منتجات حيوانية تكون مخلفاتها قليلة او بدون مخلفات) حصلت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.88) وانحراف معياري (0.33).

وجاءت الفقرات الأخرى التي خضعت للاختبار متسلسلة في الترتيب حتى وصلت الى المرتبة الرابعة عشر وهي الفقرة (X23) والتي تنص على (سوء تصريف النفائات الصلبة يؤدي إلى انتشار الأمراض والروائح) وبمتوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (0.86). اما الفقرات التي لم تتجاز متوسط المقياس فهي الفقرات (X44) و (X15) والتي تنص (أوافق على دفع مبالغ اعلى مقابل الحصول على منتجات طبيعية غير معدلة) و (افضل شراء منتجات بديلة عن المنتجات الحيوانية لتأثيرها على الصحة الشخصية) فلم يتخط المتوسط الحسابي لها (2.98) و(2.60)، وهذا يدل على عدم وصول المستهلك في محافظة دهوك الى درجة من

ث. تستهلك اسماك محلية في عموم المحافظة = 1000 كغم × 300 يوم × 25% = 75000 كغم نفائات اسماك السنة.

وتأسيساً لما سبق نجد أننا أمام نفائات حيوانية تقارب (4) مليون كغم وتحديدًا (3923976) كغم سنويًا تذهب في مجاري المياه او ترمى في أماكن متفرقة او تحرق بصورة عشوائية دون الحصول على أي مردود مادي نتيجة لذلك سوى زيادة في تدهور البيئة وقرض للمزيد من الأراضي الزراعية. وفي ضوء هذه المعطيات نجد ان هناك ضرورة للتحرك للمحافظة على البيئة وتحمل المنظمات العاملة في المحافظة لمسؤولياتها الاجتماعية والاخلاقية.

2.4 الطرق المتاحة لمكافحة ظاهرة الغسيل الأخضر والمتمثلة بمجازر اللحوم والدواجن في محافظة دهوك

أ. اتجاهات المستهلك البيئية : العمل على انتاج وتسويق منتجات حيوانية تكون صديقة للبيئة على الرغم من ان استعمال المنتجات الخضراء يتطلب اتفاق مبالغ اعلى بقليل من المنتجات العادية، كذلك يفضل استخدام الاغلفة والعبوات القابلة للتحلل، فضلا عن وضع المخلفات في أماكن مخصصة لهذا الغرض.

ب. طريقة إعادة تدوير النفائات الصلبة وتحويلها إلى طاقة : تتلخص طريقة إنتاج الطاقة من النفائات الصلبة * يمكن اختصارها بأن تجمع النفائات الصلبة وتسلم إلى مصنع اعد لهذا الغرض، حيث يتم تخزينها في أوعية جافة وفي درجة حرارة معينة. وعند استخدام هذه الفضلات يتم تسخينها ثم حرقها في مراحل متعددة وتحويلها إلى غاز، بعدها يصار إلى تنظيف وتنقية هذا الغاز في توربينات بخارية وهذه العملية تنتج لنا الحرارة والطاقة والرماد. (JEFF MOCHAN)

(12 : 2008).

ت. إنتاج الأسمدة العضوية من النفائات الصلبة : وهي طريقة تحويل النفائات الصلبة إلى ساد عضوي وهذا يستلزم وضعها بشكل مصفوفات على الأرض فيما يعرف بنظام (الطمر الهوائي) أي التخمر الهوائي لفترة تتراوح بين 3 - 6 أشهر ومن مستلزمات هذه الطريقة وجود مساحات شاسعة من الأرض للمصفوفات، وآخر الأبحاث الأوربية في هذا الشأن قللت المدة إلى 7 أيام، وأخيرا قللت هذه المدة إلى ساعة واحدة بموجب اختراع جديد نفذته مهندسة عمانية تقوم بتحويل المخلفات العضوية الصلبة عن طريق وضعها في حاويات تحتوي على حساسات الكترونية التحكم في نسب الحموضة والحرارة والرطوبة، والمهم في هذه الطريقة أن مدخلاتها من المخلفات الحيوانية وبقايا

الوعي والإدراك بالممارسات التسويقية السلبية. ولكن في العموم كان المتوسط الحسابي المقياس.

للمتغير المستقل ككل (3.69) وانحراف معياري (0.61) متجاوزا بذلك متوسط

جدول (1): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير المستقل (مكافحة الغسيل الأخضر)

ت	رقم	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري
1	X	المتغير المستقل (مكافحة الغسيل الأخضر)	3.69	0.61
2	X1	اتجاهات المستهلك البيئية	3.75	0.69
3	X11	تسويق منتجات حيوانية تكون مخلفاتها قليلة او بدون مخلفات	4.88	0.33
4	X12	ضرورة استعمال منتجات صديقة للبيئة	3.88	0.56
5	X13	يتطلب استهلاك المنتجات الخضراء أسعار أعلى بقليل من المنتجات العادية	3.70	0.56
6	X14	استخدام العبوات والأغلفة القابلة على التحلل	3.70	1.05
7	X15	يلجأ الجزائريون وأصحاب الدواجن للتخلص من النفايات الصلبة بصورة عشوائية	2.60	0.94
8	X2	إعادة تدوير النفايات الصلبة والحصول على طاقة	3.75	0.90
9	X21	يساعد تدوير النفايات الصلبة في إنتاج طاقة تفيد لإغراض متعددة	4.20	0.80
10	X22	إعادة تدوير النفايات الصلبة يفيد في إضافة مصدر إضافي للثروات الطبيعية	3.65	0.94
11	X23	سوء تصنيف النفايات الصلبة يؤدي إلى انتشار الأمراض والروائح الكريهة	3.43	0.86
12	X24	التكنولوجيات النظيفة تحم من خطورة للنفايات	3.70	1
13	X3	الاستفادة من النفايات الصلبة في إنتاج أسمدة عضوية	3.70	0.85
14	X31	من حرق النفايات الصلبة يمكن إنتاج أسمدة تفيد في الاستخدامات الزراعية	3.80	0.80
15	X32	الأسمدة العضوية تزيد ويرفع من إنتاجية الأراضي الزراعية	3.86	0.87
16	X33	تحلل الأسمدة الناتجة عن حرق النفايات الصلبة ليس لها آثار سلبية على البيئة	3.45	0.87
17	X4	ثقافة الاستهلاك البيئية	3.57	0.99
18	X41	نشر الوعي البيئي بين الأفراد في إدراكهم لخطر النفايات الصلبة	3.85	0.96
19	X42	العمل بروح الفريق الواحد يساعد في معالجة النفايات الصلبة	3.65	0.99
20	X43	تلعب الإعلام والتوعية والبرامج التوجيهية في تثقيف الأفراد تجاه النفايات الصلبة	3.80	1
21	X44	أدرك أن موارد الطبيعة محدودة ويجب المحافظة عليه	2.98	0.99
		المؤشر الكلي للمتغير المستقل (وسائل مكافحة الغسيل الأخضر)	3.69	0.61

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

جدول (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقرارات المتغير المستقل (مكافحة الغسيل الأخضر) مرتبة تنازلياً

الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرات	رقم السؤال	الرتبة
0.33	4.88	تسويق منتجات حيوانية تكون مخلفاتها قليلة او بدون مخلفات	X11	1
0.80	4.20	يساعد إ تدوير النفايات الصلبة في إنتاج طاقة تفيد لأغراض متعددة	X21	2
0.56	3.88	نحترم الجهود التي تسعى للمحافظة على البيئة	X12	3
0.87	3.86	الأسمدة العضوية تزيد ويرفع من إنتاجية الأراضي الزراعية	X32	4
0.96	3.85	نحترم الجهود التي تسعى للمحافظة على البيئة	X41	5
0.80	3.80	من حرق النفايات الصلبة يمكن إنتاج أسمدة عضوية	X31	6
1	3.80	عندما اشترى سلعة افكر دوماً بالآثار المترتبة على البيئة	X43	7
0.56	3.70	احترم القوانين والأنظمة الهادفة للمحافظة على البيئة	X13	8
1	3.70	التكنولوجيات النظيفة تحد من خطورة النفايات الصلبة	X24	9
1.05	3.70	ادرك ان موارد الطبيعة محدودة ويجب المحافظة عليها	X14	10
0.94	3.65	تدوير النفايات الصلبة في إضافة مصدر إضافي للثروات الطبيعية	X22	11
0.99	3.65	ادرك ان موارد الطبيعة محدودة ويجب المحافظة عليها	X42	12
0.87	3.45	تحلل الأسمدة الناتجة عن حرق النفايات الصلبة ليس لها آثار سلبية على البيئة	X33	13
0.86	3.43	سوء تصريف النفايات الصلبة يؤدي إلى انتشار الأمراض والروائح الكريهة	X23	14
0.99	2.98	أوافق على دفع مبالغ اعلى مقابل الحصول على منتجات طبيعية غير معدلة	X44	15
0.94	2.60	افضل شراء منتجات بديلة عن المنتجات الحيوانية على الصحة الشخصية والبيئة	X15	16
0.61	3.69	المؤشر الكلي للمتغير المستقل (وسائل مكافحة الغسيل الأخضر)		

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

ثانياً : تحليل نتائج حماية البيئة (المتغير التابع) ومن خلال الجدول (3) يلاحظ ما يلي :

يهدف هذا الجزء إلى تحليل البيانات الخاصة بالمتغير التابع (حماية البيئة) والوصول بها إلى بيئة خالية من النفايات الصلبة، بالاعتماد على نفس قاعدة القرار السابقة. يبين الجدول (3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقراراتها الجزء. وتبين الأرقام في الجدول إن المتوسط الحسابي لجميع فقرات هذا الجزء كانت أكثر من 3 (متوسط المقياس)، وهذا يشير إلى أن غالبية أفراد العينة تفهم أهمية وجود بيئة نظيفة خالية من النفايات الصلبة وانعكاساتها عليهم في صورة طاقة كهربائية او في صورة منتجات خضراء صحية قليلة الضرر للإنسان والبيئة في نفس الوقت او في صورة إنتاج أسمدة عضوية تزيد من خصوبة الأرض تعمل على استمرار عطاياها. وقد جاءت فقرة (يتحقق الاتزان البيئي عند استيعاب وتدوير جميع النفايات الصلبة والمخلفات Y3) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.63) بينما جاءت فقرة (الاستماع إلى آراء وشكاوي ذوي العلاقة بالنفايات الصلبة والعمل على دراستها Y6) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.40)، مما تقدم يتضح ان المواطن يدرك أهمية المحافظة على البيئة والنتائج المرجوة من حمايتها، وكان المتوسط الحسابي لفقرات هذا المتغير ككل (3.53)، وانحراف معياري (0.77). مما يشير إلى تجانس عالي في آراء المواطنين نحو تقبل الإجراءات المتخذة لحماية البيئة.

جدول رقم (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات حماية البيئة من الاستبيان مرتبة تنازلياً حسب قيم لها المتوسطات الحسابية

الرتبة	رقم السؤال	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	Y3	يتحقق الاتزان البيئي عند استيعاب وتدوير جميع النفايات الصلبة والمخلفات	3.63	0.91
2	Y2	المساهمة في المؤتمرات واللقاءات والبحوث في مجال معالجة النفايات الصلبة	3.60	0.80
3	Y5	تقديم التسهيلات للمجازر وأصحاب الدواجن كي يتمكنوا من نقل نفاياتهم	3.60	0.83
4	Y1	إصدار التشريعات الخاصة بتطبيق الممارسات التسويقية ذات الالتزام البيئي	3.53	0.87
5	Y4.	يجب تخصيص أماكن محددة لطمر النفايات الصلبة تتوفر فيها الشروط العالمية	3.50	0.84
6	Y6	الاستماع إلى آراء وشكاوي ذوي العلاقة بالنفايات الصلبة والعمل على دراستها	3.40	0.90
	Y	المؤشر الكلي المتغير التابع (حماية البيئة)	3.53	0.77

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

2.4 اختبار فرضيات البحث :

1.2.4 : فرضية الارتباط :

وبذلك فإن النتائج أعلاه تؤكد صحة الفرضية الخاصة بوجود علاقة ارتباط بين وسائل مكافحة الغسيل الأخضر وبين حماية البيئة وبحسب نتائج التحليل الإحصائي في الجدولين (3، 4). وهذا يقودنا الى صحة اختبار فرضية البحث.

تم إجراء اختبار الارتباط البسيط والمتعدد للتعرف على مدى وجود علاقة بين مكافحة الغسيل الأخضر التي اخضعت للاختبار باعتباره متغيراً مستقلاً وبين متغير حماية البيئة باعتباره متغيراً معتمداً، حيث بينت نتائج التحليل بالجدول (4) اظهر علاقة ارتباط قوية بين مكافحة الغسيل الأخضر وبين حماية البيئة وعلى المستوى الكلي، فبلغ معامل الارتباط (0.845) عند المستوى المعنوية (0.001) فيما ظهر مستوى المعنوية المحسوب (0.000) كما موضح في 4 ادناه.

2.2.4 فرضية التأثير : . تبين نتائج الجدول (5) و(6) وجود تأثير لوسائل مكافحة الغسيل الأخضر في حماية البيئة على المستوى الكلي، حيث بلغ مستوى المعنوية المحسوب (0.000) مقارنة مع المستوى الافتراضي للبحث والبالغ (0.05)، ويؤكد وجود التأثير المذكور في متغير حماية البيئة أن قيمة (t) الجدولية والبالغة (1.69) أقل من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (9.740) وكما موضح في الجدول (5) و(6). وتأسيساً على ما سبق تقبل فرضية البحث والتي تشير لوجود تأثير لوسائل الغسيل الأخضر وعلى المستوى الكلي في متغير حماية البيئة لدى المبحوثين في محافظة دهوك وبحسب النتائج الميدانية التي توصل إليها البحث.

جدول (4): علاقات الارتباط بين متغيرات البحث على المستوى الكلي

		x	y
x	Pearson Correlation	1	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
y	Pearson Correlation	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level

جدول (5) : علاقات التأثير لعوامل الغسيل الأخضر في حماية البيئة على المستوى الكلي

مستوى المعنوية المحسوب	T قيم		حماية البيئة			م معتمد م مستقل
	الجدولية T	المحسوبة T	R ²	B1	BO	
0.000	1.69	9.740	0.714	1.516 +	1.888	مكافحة الغسيل الأخضر
N=40	مستوى المعنوية = 0.05		درجة حرية = (38)			

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

جدول (6) : معامل التحديد للنموذج على المستوى الكلي

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.714	.706	.42479

a. Predictors: (Constant), x

المحور الخامس : الاستنتاجات والمقترحات

1.5 الاستنتاجات

البيئية (x1) المرتبة الثانية، وجاءت بالمرتبة الثالثة (تدوير النفايات الصلبة في إنتاج أسمدة عضوية x3) وأخيرا (ثقافة الاستهلاك البيئية x4).

4. كذلك بينت نتائج التحليل ان الوسيلة الرابعة من وسائل مكافحة الغسيل الأخضر بعبارةها المختلفة لم تحظ على القبول من جانب المبحوثين وذلك لضعف الدور الذي تمارسه الجهات ذات العلاقة لدرء الأخطار عن البيئة، لذلك ظهر تأثير هذا المتغير ضعيف وغير معنوي، وهذه النتيجة يجب الوقوف عندها ودراستها والعمل على تغيير ثقافة الاستهلاك البيئية في منطقة البحث وجعلها منسجمة مع الدعوات التي تدعو الى حماية البيئة والحفاظ عليها.

5. ظهر من خلال الدراسة الميدانية أن الإمكانيات المادية متوفرة لإقامة مشاريع تدوير النفايات في منطقة البحث، حيث أن النفايات الصلبة هي المواد الخام لتشغيل تلك المشاريع، وإقامة مشاريع لتدوير النفايات سيعود بالنفع على المحافظة بأسرها. والمنطقة

6. بقاء النفايات الصلبة بوضعها الحالي من دون وضع حلول سريعة لها سوف يؤدي الى نتائج سلبية على المنطقة المبحوثة يمكن ان تؤدي الى الاخلال بالتوازن البيئي نتيجة حرق هذه النفايات الصلبة بصورة عشوائية ضياع لمصدر من مصادر الدخل

1. أظهر التحليل ان هناك علاقة ارتباط قوية بين (وسائل مكافحة الغسيل الأخضر) بقرائنها المختلفة وهي المتغير المستقل X وبين المتغير المعتمد Y التي يعبر عنها بحماية البيئة والتي أخضعت للدراسة بواقع 0.845 عند مستوى معنوية (0.01) ومن هذا نستنتج اننا لو طبقنا الوسائل التي اخضعت للدراسة لمكافحة الغسيل الأخضر لحققنا حماية للبيئة بنسبة تقارب من 85%.

2. أظهر التحليل ان هناك علاقة تأثير (لوسائل مكافحة الغسيل الأخضر) وهي المتغير المستقل X في المتغير المعتمد Y حماية البيئة فقد ظهر R² معامل التأثير بواقع 0.714 عند مستوى معنوية (0.05). ومن هذا نستنتج ان وسائل مكافحة الغسيل الأخضر التي اخضعت للدراسة تؤثر في حماية البيئة بنسبة 71%.

3. أظهرت نتائج التحليل ان وسائل مكافحة الغسيل الأخضر والتي أخضعت للدراسة تلعب دورا ايجابيا في المحافظة على البيئة وحمايتها، فقد جاءت (تدوير النفايات والحصول على طاقة x2) بالمرتبة الأولى، بينما احتلت اتجاهات المستهلك

4. العمل على تجميع نفايات الحيوانات ضمن تجمعات كبيرة مخصصة لهذا الغرض تكون قريبة من مصانع استخدامها وتدويرها.
5. ضرورة الاطلاع على تجارب الدول التي سبقتنا في هذا المجال والاستفادة من خبراتهم للوصول إلى أفضل الطرق الاقتصادية في تدوير النفايات الصلبة والوصول الى بيئة نظيفة.
6. تفعيل الدور الذي تقوم به الجهات الحكومية من خلال وسائل الإعلام المختلفة لترشيد ثقافة الاستهلاك البيئية بما يضمن الوصول الى بيئة نظيفة.
7. تفعيل دور منظمات الرقابة الصحية في محافظة دهوك لمنع عمليات تحضير اللحوم خارج المناطق المخصصة لها، وكذلك مراقبة العليقة الغذائية للدواجن وضرورة أن تكون ضمن المواصفات العالمية.
8. ضرورة تشجيع العاملين في أماكن المجازر والمسالخ على التعامل بالطرق الصحيحة مع النفايات الصلبة وعدم رميها بصورة عشوائية او في مجاري المياه.
9. بعد افتتاح مديرية البيئة ومديرية حماية المستهلك وجمعيات حقوق الانسان في محافظة دهوك مؤخرًا، نأمل ان تأخذ هذه المديريات دورها في حماية البيئة وتعمل بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة على تفعيل مفاهيم حماية البيئة والمحافظة عليها.

قائمة المصادر

- أ. المصادر العربية.
 1. البكري، 2006، التسويق : أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
 2. العزاوي، عبد الوهاب (2002)، أنظمة إدارة الجودة والبيئة، ط.1، دار وائل للنشر، عمان.
 - ب. المصادر الاجنبية
 3. عباس، سلمان، 2009، ظاهرة الغسيل الأخضر، العدد 40، من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
 4. مقري، زكية، 2012، التسويق الأخضر في مواجهة ظاهرة الغسل الأخضر، المنتدى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات الطبعة الثانية، بجامعة ورقلة الجزائر.
 5. حسن، ميسر احمد و عمر، زكية سعدون، 2010، دور وسائل التسويق الأخضر في تدوير النفايات الصلبة لحماية البيئة مجلة جامعة دهوك، دهوك، إقليم كردستان، العراق.
 6. مجايوي، إلهام وآخرون (2009) " نحو تحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسات الصناعية الجزائرية من خلال تطبيق مدخل الإدارة البيئية : دراسة ميدانية "بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السنوي التاسع حول اقتصاديات البيئة والعمولة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية..
1. العمل على نشر استخدام وسائل التخلص من ظاهرة الغسيل الأخضر كونها تساهم في حماية البيئة والمستهلك في نفس الوقت.
 2. ضرورة العمل على إقامة مشاريع لإنتاج الطاقة الكهربائية تعتمد تدوير النفايات الصلبة، حيث تعتبر مثل هذه المشاريع ذات فوائد متعددة كإنتاج الأسمدة العضوية التي تزيد من خصوبة التربة وقليلة الضرر كما هو الحال مع الأسمدة الصناعية وأخيرا تحافظ على الصورة الحضارية لمنطقة البحث وتساهم في حماية البيئة.
 3. الطاقة الكهربائية المنتجة من تدوير النفايات الصلبة ستساهم في تقليل الفجوة الكهربائية والناتجة عن الحمل المتزايد والكمية المجهزة من الكهرباء.

16. Henning, Daniel, ET.al, 1989" Managing the Environmental Crisis " Duke University Press.London.
 17. United Nations, Technical Report, 1996, "Environmental Management in The Pulp & Paper Industry " UNDP.N ° 34, Paris.
 18. United Nations. Technical Report; 1997, " The Environmental Management on Industrial Estates " UNDP, N°39, Paris.
 19. Ramus, C. A., & Montiel, I. (2005). When are corporate environmental policies a form of green-washing? Business and Society, VOL44(No4),
 9. Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2011). Greenwash : Corporate environmental disclosure under threat of audit. Journal of Economics & Management Strategy, VOL 20(No1).
 10. TerraChoice Environmental Marketing Inc. (2007). The six sins of greenwashing. Retrieved June 12, 2014, from : [http : //sins of greenwashing.org/index6b90.pdf](http://sinsofgreenwashing.org/index6b90.pdf)
 11. Tinne, W. S. (2013). Green washing : an alarming issue. ASA University Review, VOL 7(No1).
 12. K.M.Harkink.2015.GREENWASHING, : HOW DO CONSUMERS RESPOND?, Faculty of Behavioral, Management, and Social Sciences University of Twente, the Netherlands.
 13. Venelin Kraev, 2014, How to identify green washing in a green marketing strategy, UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES International Business.
 14. Guides for the use of environmental marketing claims. Received November, 2009, from ftc.gov.
 15. JEFF MOCHAN. (2008) POULTRY WASTE. RESEARCH AND LIBRARY SERVICES. Northern Ireland Assembly.
- Internet**
20. NVIRONMENTAL PROTECTION", www.oecd.org, 25-9-2001 , Retrieved 29-11-2017. Edited.
 21. ، 2011 ، بشري، العبدولية، Alhiwar.net/ShowNews.php/?Tnd=10393
http : //www.rai-akhar.com/ar/index.php?option=com_content&task=view&id=284&Itemid=8
- ت المقابلات الشخصية**
22. مديرية البيئة، محافظة دهوك : 2012.
 - م. مسلخ بلان في محافظة دهوك مقابلة شخصية مع مدير مسلخ بلان، محافظة دهوك 2012/1/2

استمارة استبيان

الغسيل الأخضر : . فعل تظليل المستهلكين بشأن الممارسات البيئية التي تقوم بها المنظمات (على قول الحقيقة للمستهلكين، ولكن ليس كل الحقيقة). والمنظمات تكشف المعلومات التي موثوقة لصورتهم.

حماية البيئة : نظام متكامل يتضمن جميع العناصر الإدارية يكون للعنصر البشري دور في توجيهها لضمان حماية البيئة ولوقف تزييف التدهور الحاصل فيها.

ثانيا	المتغيرات	ت	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غ موافق بشدة
X	المتغير المستقل (مكافحة الغسيل الأخضر)							
X1	اتجاهات المستهلك البيئية							
X11	تسويق منتجات حيوانية تكون مخلفاتها قليلة او بدون مخلفات							
X12	ضرورة استعمال منتجات صديقة للبيئة							
X13	يتطلب استهلاك المنتجات الخضراء أسعار أعلى بقليل من المنتجات العادية							
X14	استخدام العبوات والأغلفة القابلة على التحلل							
X15	يلجأ الجزائريون وأصحاب الدواجن للتخلص من النفايات الصلبة بصورة عشوائية							
X2	إعادة تدوير النفايات الصلبة والحصول على طاقة							
X21	يساعد تدوير النفايات الصلبة في إنتاج طاقة تفيد لإغراض متعددة							
X22	إعادة تدوير النفايات الصلبة يفيد في إضافة مصدر إضافي للثروات الطبيعية							
X23	سوء تصريف النفايات الصلبة يؤدي إلى انتشار الأمراض والروائح الكريهة							
X24	التكنولوجيات النظيفة تحد من خطورة للنفايات							
X3	الاستفادة من النفايات الصلبة في إنتاج أسمدة عضوية							
X31	من حرق النفايات الصلبة يمكن إنتاج أسمدة تفيد في الاستخدامات الزراعية							
X32	الأسمدة العضوية تزيد ويرفع من إنتاجية الأراضي الزراعية							
X33	تحلل الأسمدة الناتجة عن حرق النفايات الصلبة ليس لها آثار سلبية على البيئة							
X4	ثقافة الاستهلاك البيئية							
X41	نشر الوعي البيئي بين الأفراد في إدراكهم لخطر النفايات الصلبة							
X42	العمل بروح الفريق الواحد يساعد في معالجة النفايات الصلبة							
X43	تلعب الإعلام والتوعية والبرامج التوجيهية في تثقيف الأفراد تجاه النفايات الصلبة							
X44	أدرك أن موارد الطبيعة محدودة ويجب المحافظة عليه							
Y	المتغير التابع حماية البيئة							
Y1	إصدار التشريعات الخاصة بتطبيق الممارسات التسويقية ذات الالتزام البيئي							
Y2	المساهمة في المؤتمرات واللقاءات والبحوث في مجال معالجة النفايات الصلبة							
Y3	يتحقق الالتزام البيئي عند استيعاب وتدوير جميع النفايات الصلبة والمخلفات							
Y4	يجب تخصيص أماكن محددة لطمر النفايات الصلبة تتوفر فيها الشروط العالمية							
Y5	تقديم التسهيلات للمجازر وأصحاب الدواجن كي يتمكنوا من نقل نفاياتهم							
Y6	الاستماع الى آراء وشكاوي ذوي العلاقة بالنفايات الصلبة والعمل على دراستها							

الباحثان