

برنامج دكتوراه التسويق مهارات بحثية ٣. الدكتوراة سنوية سبع

صياغة أسئلة عن كل متغير في دراسة مقترحة
(قائمة إستقصاء بسيطة)

إعداد: مجدي يوسف أحمد علي



مهارات بحثية ٣ . تكليف المحاضرة السابعة



صياغة أسئلة عن كل متغير في دراسة مقترحة
(قائمة إستقصاء بسيطة)

مهارات بحثية ٣. تكليف المحاضرة السابعة



أثر التسويق الأخضر على السلوك الشرائي للمستهلكين

بناءً على تكليف المحاضرة السابعة لمادة مهارات بحثية ٣ -
تقديم الدكتور سنية سبع، ساقوم ب:

صياغة أسئلة عن كل متغير في دراسة مقترحة
(قائمة إستقصاء بسيطة)

2

تكليف المحاضرة السابعة



3

مهارات بحثية ٣ - تكليف المحاضرة السابعة

بناءً على ما ورد في المحاضرة (جمع البيانات) والتي أكّدت من خلالها الدكتورة أن الإِستبيان يتكوّن من عبارات واضحة تقيس المتغيرات بإستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وأن الأسئلة يجب أن تكون مباشرة ومحدّدة وتعكس متغيرات الدراسة، قمت بصياغة قائمة إستقصاء بسيطة كما هو مطلوب.

مقياس الإجابة (ليكرت الخماسي):

- أوافق بشدة (٥).
- أوافق (٤).
- محايد (٣).
- لا أوافق (٢).
- لا أوافق بشدة (١).

يشير عنوان الدراسة: "أثر التسويق الأخضر على السلوك الشرائي للمستهلكين" إلى متغيرين:

- متغير مستقل Independent Variable (التسويق الأخضر - Green Marketing): وهو مجموعة من الأنشطة والإستراتيجيات التسويقية التي تعتمد عليها الشركات للترويج للمنتجات الصديقة للبيئة وتقليل الأثر البيئي للعمليات الإنتاجية.
- متغير تابع Dependent Variable (السلوك الشرائي للمستهلكين - Customer Buying Behavior): وهو إستجابة المستهلكين تجاه شراء المنتجات، ويشمل ذلك القرارات والتفضيلات المرتبطة باختيار المنتجات أو الخدمات.

أولاً: المتغير المستقل (التسويق الأخضر)

- (١) ألاحظ أن الشركات تقدّم منتجات صديقة للبيئة بشكل واضح.
- (٢) أفضل التعامل مع الشركات التي تتبنّي ممارسات تسويق أخضر.
- (٣) أثق في المعلومات البيئية التي تقدمها الشركات عن منتجاتها.
- (٤) أدرك أن الشركات التي تستخدم مواد صديقة للبيئة تقدم قيمة أفضل.
- (٥) أهتم بالإعلانات التي تركز على حماية البيئة.

مهارات بحثية ٣ - تكليف المحاضرة السابعة

ثانياً: المتغير التابع (السلوك الشرائي للمستهلكين)

(١) أفضل شراء المنتجات الصديقة للبيئة عند توفرها.

(٢) أميل لإختيار المنتجات الخضراء بغض النظر عن سعرها.

(٣) أكرّر شراء المنتجات التي تحافظ على البيئة.

(٤) أتجنّب شراء المنتجات التي تضر بالبيئة.

(٥) أوصي الآخرين بشراء المنتجات الصديقة للبيئة.

تم إعداد قائمة الإستقصاء الأولية لقياس أثر التسويق الأخضر على السلوك الشرائي للمستهلكين بالاعتماد على عبارات واضحة ومباشرة وفق مقياس ليكرت الخماسي بما يتوافق مع منهجية تصميم أدوات جمع البيانات. تم توزيع العبارات بما يعكس أبعاد المتغيرين الرئيسيين بما يتيح قياس العلاقة بينهما بصورة مبدئية، وتُعد هذه الأداة مناسبة كأداة أستطلاعية تمهيدية يمكن تطويرها لاحقاً وإختبار صدقها وثباتها.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

