

استخدام نظرية السلوك المخطط للتنبؤ بشراء المستهلك الكويتي للملابس التي تحافظ على البيئة

Using The Theory of Planned Behavior to Predict Kuwaiti Consumers' Intention to Buy Sustainable Apparel

د. منى محمد جعفر

*أستاذ مساعد تخصص تصميم الأقمشة، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية الأساسية
الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويت

Dr. Muna Mohammed Jafar

Assistant prof of Textile design. Home Economics Department Collage of Basic
Education, Public Authority of Applied Education and Training.

mmh.jafar@paaet.edu.kw

د. حياة ابراهيم البلوشي

*أستاذ مساعد تخصص أنسجة وملابس قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية الأساسية الهيئة العامة للتعليم التطبيقي
والتدريب الكويت

Dr. Hayat E. Albloushy

Assistant prof of textile/ Apparel Design. Home Economics Department Collage of Basic
Education, Public Authority of Applied Education and Training.

hi.alboloushi@paaet.edu.kw

ملخص البحث

يهدف البحث الحالي إلى استخدام نظرية السلوك المخطط في قياس تأثير علاقة الإنسان بالطبيعة، والمعرفة البيئية والاتجاهات وتأثير الأقارب والزلاء والتحكم الذاتي الداخلي والخارجي على قرار المستهلك الكويتي لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة. اعتمد البحث على تصميم استمارة استبيان تم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من ٤٥٩ مستهلكاً بالكويت. دلت نتائج البحث باستخدام أسلوب تحليل المربعات الدنيا الجزئية — تحليل المعادلات الهيكلية على وجود علاقة معنوية بين علاقة الإنسان والطبيعة وبين الاتجاهات نحو الملابس التي تحافظ على البيئة، كما دلت النتائج كذلك على وجود علاقة إيجابية معنوية بين المعرفة البيئية وبين كلاً من الاتجاهات والتحكم الذاتي الداخلي. كما اتضح وجود علاقة دالة معنوية بين الاتجاهات وتأثير الأقارب والزلاء والتحكم الذاتي الداخلي وبين نية شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

الكلمات المفتاحية

نظرية السلوك المخطط، المعرفة البيئية، الملابس التي تحافظ على البيئة، قرار الشراء، الكويت.

Abstract

The current research aims at using the theory of planned behavior (TPB) to examine the influence of man-nature orientation, environmental knowledge, attitudes, subjective norms, perceived internal and external control on Kuwaiti consumers' intention to buy sustainable apparel. The study is based on a questionnaire that was used to target a random sample of 459 consumers in Kuwait. Using Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) techniques, results show that there was a positive and significant relationship between man-

nature orientation and attitudes toward buying sustainable apparel. There was also a positive and significant relationship between environmental knowledge and both attitudes and perceived internal control. Finally, results show that there was a positive and significant influence of attitudes, subjective norms, and perceived internal control on Kuwaiti consumers' intention to buy sustainable apparel.

Keywords

Planned behavior theory, environmental knowledge, clothing that preserves the environment, purchasing decision, Kuwait.

المقدمة والدراسات السابقة

تشير البحوث إلى أن حوالي ٧٠% من المستهلكين يأخذون القضايا البيئية في الاعتبار على نحو ما في قراراتهم الشرائية (Mostafa, 2006). كما تشير الدراسات كذلك إلى تزايد شريحة المستهلكين الذين يشترون ملابس تُحافظ على البيئة (Jang et al., 2012).

وتستهدف هذه الدراسة الوصول إلى فهم أفضل لسلوك المستهلك الكويتي الشرائي فيما يتعلق بالملابس التي تُحافظ على البيئة وذلك باستخدام وتوسيع نطاق نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior (TPB) التي اقترحها (Ajzen, 1991). ترى هذه النظرية أن السلوك يستند إلى الاتجاهات attitudes، وتأثير الأقارب والزملاء perceived subjective norms والنية السلوكية intention. وقد اقترحت النظرية وجود نوعين من أنواع التحكم الذاتي هما التحكم الذاتي الداخلي internal والتحكم الذاتي الخارجي external. ويشير التحكم الذاتي الداخلي إلى إدراك الشخص لقدرته على التحكم في الموارد الشخصية الداخلية مثل المهارات والثقة والقدرة والتخطيط الكافي لأداء السلوك (Armitage and Conner, 1999). أما التحكم الذاتي الخارجي فيشير إلى تمكن الشخص من الموارد الخارجية مثل الوقت والمال وغيرها من الموارد اللازمة لأداء السلوك (Kock and Lynn, 2012).

وقد أضفنا في هذه الدراسة متغيرين آخرين لنظرية السلوك المخطط هما علاقة الإنسان بالطبيعة والمعرفة البيئية، وقد استهدفنا من خلال ذلك الوصول إلى تنبؤ دقيق بقرار المستهلك شراء الملابس التي تحافظ على البيئة. وقد اخترنا المتغير الأول وهو علاقة الإنسان بالطبيعة لأن هذا المتغير يحدد العلاقة بين الإنسان والبيئة الطبيعية، وبالتالي فمن المتوقع أن يؤثر على اتجاهات المستهلك نحو شراء المنتجات التي تحافظ على البيئة (Paul et al., 2016, 2004) وقد استخدم هذا المتغير في الدراسات السابقة للوصول إلى فهم أفضل للاتجاهات في إطار العلاقة بين الإنسان والطبيعة (انظر Roozen et al., 2021) وكذلك (Shukla, 20019) وقد أضفنا متغير المعرفة البيئية لأن الدراسات السابقة وجدت أن المعرفة البيئية تؤثر تأثيراً إيجابياً على سلوك المستهلك نحو المنتجات التي تحافظ على البيئة (انظر Arvola et al., 2008 وكذلك Puspita and Chae, 2021).

ولما كان جوهر العلاقة بين الإنسان والبيئة يتمثل في رغبة الإنسان في العيش على نحو متناغم مع البيئة، فإن الأفراد الذين يسجلون درجات عليا على هذا المقياس من المتوقع ألا يُحدثوا أي ضرر بالبيئة دون وجود سبب وجيه لذلك (Bamberg, 2003) وبناء على ذلك فإن مثل هؤلاء الأشخاص يشعرون بقلق أكبر تجاه القضايا البيئية، كما يزيد احتمال دعمهم للأنشطة الخضراء التي تحافظ على البيئة (Mostafa, 2006). ولذا فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى تكوين اتجاهات إيجابية نحو شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

وفضلاً عن ذلك، فقد وجدت الدراسات السابقة أن زيادة المعرفة البيئية تؤدي إلى إحداث تغيير في الاتجاهات، وهو ما يؤدي بدوره إلى التأثير على السلوك الفعلي (Chen and Lau, 2000)، وينطبق هذا المنطق كذلك على العلاقة بين المعرفة البيئية والاتجاهات نحو السلوك البيئي. وقد وجدت العديد من الدراسات السابقة أن هناك علاقة إيجابية بين المعرفة البيئية والاتجاهات والسلوك البيئي (انظر على سبيل المثال Berger et al., 1992; Ru et al., 2019).

وجدت الكتابات السابقة كذلك أن ازدياد مستويات المعرفة إنما يؤدي إلى زيادة قدرة الفرد على التحكم الذاتي الفعال بما يُمكن من إنجاز سلوك معين بفعالية (Seligman et al., 1979; Wan et al., 2014).

وتعد العلاقة بين الاتجاه ونية الشراء جزءاً لا يتجزأ من نظرية السلوك المخطط (Wang et al., 2016). بمعنى أنه كلما كان الاتجاه إيجابياً، كلما زادت نية الشخص لأداء السلوك. وقد وجدت الدراسات السابقة أن ذلك يصدق كذلك على السلوك البيئي (Chaudhary and Bisai, 2018).

وكما هو الحال بالنسبة للاتجاهات، فإن تأثير الأقارب والزملاء يعد أحد المتغيرات الجوهرية في التنبؤ بنية الشراء في نظرية السلوك المخطط. وقد وجدت العديد من الدراسات السابقة أن هناك علاقة إيجابية بين تأثير الأقارب والزملاء ونية شراء الملابس التي تحافظ على البيئة (Jaiswal and Kant, 2018).

أما التحكم الذاتي الداخلي فيشير إلى إدراك الشخص الداخلي بأنه يمتلك التحكم في الموارد الشخصية، مثل المهارات اللازمة، والثقة، والتخطيط الكافي، والقدرة، على أداء السلوك (Armitage et al., 1999). وقد وجدت الدراسات السابقة أن هناك علاقة مباشرة بين التحكم الذاتي الداخلي ونية الشراء (Kong et al., 2021). يعني ذلك أن وجود تحكم ذاتي داخلي قوي يؤدي إلى وجود نية قوية لأداء السلوك ذلك أن توافر القدرات والمهارات لأداء سلوك معين يزيد من الثقة في إمكانية أداء ذلك السلوك.

وعلى ذات المنوال، فإن التحكم الذاتي الخارجي يشير إلى إدراك الفرد بأن لديه تحكماً في الظروف والمواقف الخارجية مثل الوقت والمال لأداء سلوك معين (Armitage et al., 1999). ويرتبط التحكم الذاتي الخارجي بإدراك الفرد لإمكانية السيطرة على العوائق الخارجية التي قد تعيق سلوكه (Kumar et al., 2017). وكما هو الحال بالنسبة للتحكم الذاتي الداخلي، فقد وجدت الدراسات السابقة علاقة إيجابية بين التحكم الذاتي الخارجي ونية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة (Roizen et al., 2021).

التعليق العام على الدراسات السابقة:

من استعراض الدراسات السابقة نجد أن أغلب الدراسات السابقة تمت في الغرب مع بعض الاستثناءات القليلة مثل دراسة أمال عبد الرحيم (٢٠١٢) ودراسة بشرى فاضل (٢٠٠٨). فقد استهدفت دراسة أمال عبد الرحيم (٢٠١٢) التعرف على اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة شراء الملابس الصديقة للبيئة. وقد ركزت الدراسة على ثقافة ترشيد الإستهلاك، ومصادر ذلك وكيفية الإسهام في تعزيز ونشر هذه الثقافة. وقد استند منهج البحث في هذه الدراسة إلى تصميم استمارة استبيان تم توزيعها على ٥٥٠ طالبة بجامعة الملك سعود. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود انخفاض ملحوظ في ثقافة ترشيد الإستهلاك من خلال تبني القضايا البيئية بالمجتمع السعودي.

وعلى ذات المنوال نجد دراسة بشرى فاضل (٢٠٠٨) التي تمت على المجتمع العراقي، وقد استندت الدراسة إلى عينة تتكون من ١٠٠ ربة أسرة عراقية من مدينة بغداد. وقد دلت نتائج الدراسة على وجود تجاهل كبير لفكرة شراء الملابس التي تحافظ على البيئة في المجتمع العراقي.

لذا فإننا نستهدف هنا سد الثغرة البحثية المتمثلة في ندرة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع.

مشكلة البحث

أدت انتشار حركات الموضة إلى طغيان بعض أنماط الاستهلاك البذخية، لاسيما عند النساء (شهباء خزعل ذياب، ٢٠١٣). فضلاً عن ذلك فقد أدت التغيرات المتعاقبة في تصاميم الملابس إلى إنتاج ملابس لا تُراعي البعد البيئي. يطرح كل ذلك تساؤلات عن كيفية مراعاة البيئة عند اتخاذ قرارات الشراء لاسيما في الدول التي يتمتع فيها المستهلك بقوة شرائية كبيرة كدولة الكويت.

أهداف البحث

يرمي البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- (1) إثارة وعي المستهلك الكويتي بأهمية شراء الملابس التي تراعي البعد البيئي.
- (2) التعرف على العوامل المؤثرة على نية شراء المستهلك الكويتي للملابس التي تحافظ على البيئة.

أهمية البحث:

يسعى هذا البحث إلى المساهمة في الحفاظ على البيئة من خلال نشر مفهوم الموضة الخضراء وتهيئة البيئة المناسبة لتشجيع المستهلك الكويتي على شراء المنتجات من الملابس التي تحافظ على البيئة. وتكمن أهمية ذلك في أن سلوك المستهلك الفرد يمكن أن يكون له تأثير بعيد المدى فيما يتعلق بتخفيض أثر المشكلات البيئية مثل مشكلات التغير المناخي والاحتباس الحراري على المستوى العالمي.

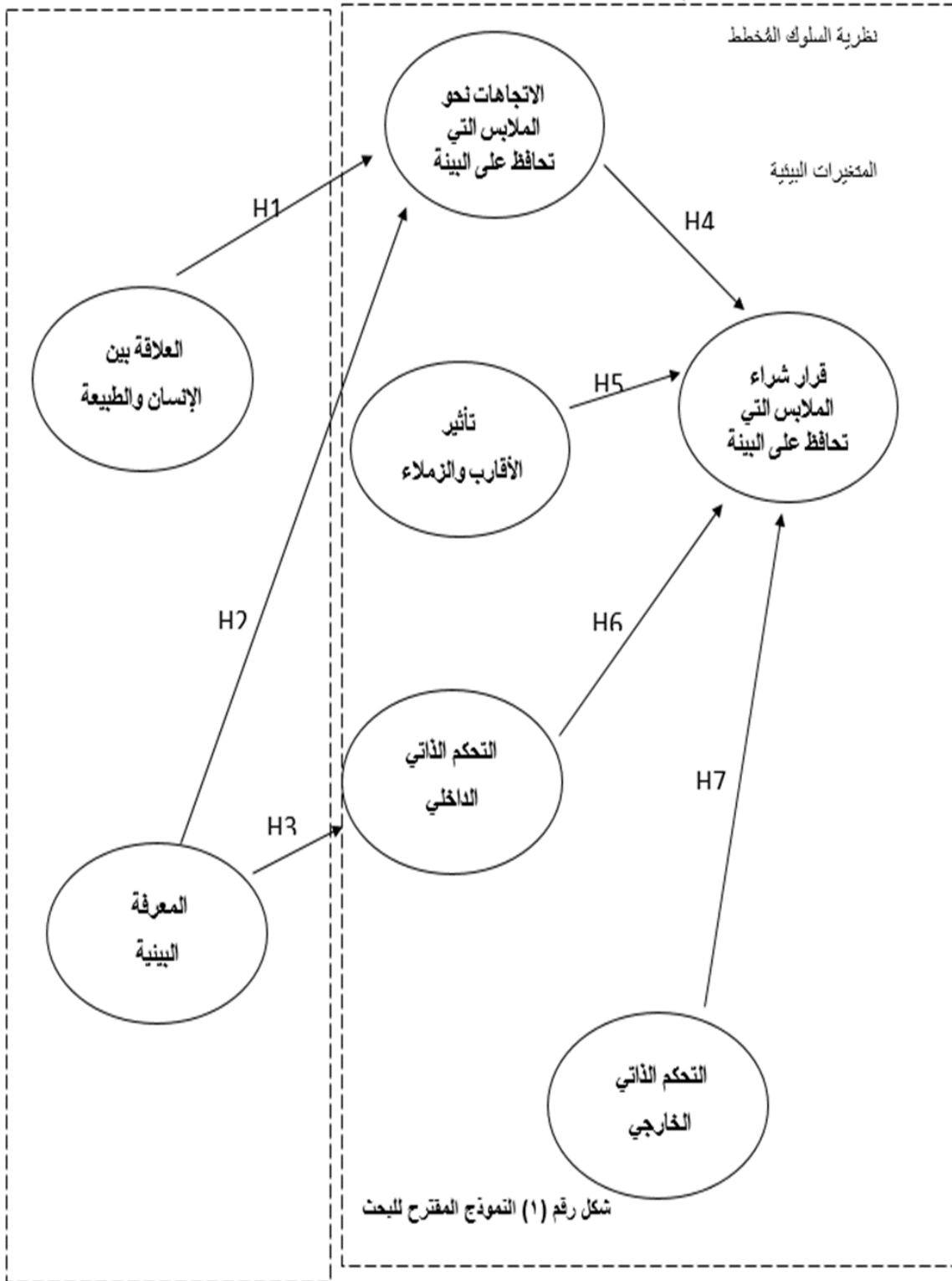
حدود البحث:

تتمثل الحدود المكانية للبحث في الحدود الجغرافية لدولة الكويت. وقد أجري البحث باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة بما يعني أن بعض المناطق بالكويت قد لا تكون ممثلة في العينة. أما الحدود الزمانية للبحث فتتمثل في الفترة من فبراير ٢٠٢٣ إلى مايو ٢٠٢٣ وهي الفترة الزمنية التي تم فيها توزيع وتجميع استمارات الاستبيان على عينة البحث.

فروض البحث:

- H1: هناك تأثير إيجابي لعلاقة الإنسان بالطبيعة على اتجاهات المستهلك نحو شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.
- H2: للمعرفة البيئية تأثير إيجابي على اتجاهات المستهلك نحو شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.
- H3: للمعرفة البيئية تأثير إيجابي على التحكم الذاتي الداخلي للمستهلك.
- H4: هناك علاقة إيجابية بين اتجاهات المستهلك نحو الملابس التي تحافظ على البيئة وبين نيته شراء تلك الملابس.
- H5: هناك علاقة إيجابية بين تأثير الأقارب والزلاء وبين نية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.
- H6: للتحكم الذاتي الداخلي تأثير إيجابي على نية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.
- H7: للتحكم الذاتي الخارجي تأثير إيجابي على نية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

ويوضح الشكل رقم (١) فروض البحث والنموذج المفاهيمي للدراسة.



منهج البحث:

اعتمد البحث المنهجين الوصفي والتحليلي من خلال تطبيق استمارة استبيان تم اعتمادها بعد مراجعة الكتابات والمصادر السابقة قبل إقرار صيغتها النهائية (انظر ملحق البحث).

المصطلحات العلمية للبحث

- الملابس التي تحافظ على البيئة، وتُعرف كذلك بالملابس الخضراء أو الملابس المستدامة بيئياً هي منتجات الملابس التي تحمل علامة بيئية تدل على ذلك مثل ملصق يدل على أنها لا تحتوي على آثار لمبيدات الآفات، أو الصبغات الصناعية، كما أنها تُصنع من ألياف عضوية أو طبيعية.
- المعرفة البيئية هي المعرفة العامة بالحقائق والمفاهيم والعلاقات التي تتصل بالبيئة الطبيعية وأنظمتها الحيوية الرئيسية.
- نظرية السلوك المخطط هي نظرية سيكولوجية تربط المعتقدات بـ *behavior* بالسلوك. وترى النظرية أن المعتقدات والاتجاهات وتأثير الزملاء والأقارب يؤثر في نهاية المطاف على نية التصرف. وترى النظرية كذلك أن النية تنعكس في نهاية المطاف في شكل سلوك فعلي.

الدراسة التطبيقية:**• الأسلوب الإحصائي:**

اعتمدنا في هذه الدراسة على استخدام الإحصاء الوصفي *Descriptive statistics* لوصف متغيرات الدراسة، كما اعتمدنا على أسلوب تحليل المربعات الدنيا الجزئية — تحليل المعادلات الهيكلية (*PLS-SEM*) لاختبار فروض البحث. وقد اعتمدنا على برنامج *R* لإجراء كافة التحاليل الإحصائية، فضلاً عن حزمة برامج *Seminr* المتخصصة في تحليل المعادلات الهيكلية.

• حساب الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان

تم إعداد استماره الاستبيان إستناداً إلى الدراسات المنشورة السابقة. وقد تكونت الاستمارة المبدئية من ٣٠ عبارة حيث يعبر المستجوب عن اختياره بإنتقاء رقم يتراوح بين (١ = أختلف تماماً) و (٥ = أتفق تماماً)، مع ملاحظة أنه تم حذف ثلاث عبارات من مقياس علاقة الإنسان بالطبيعة (العبارات ٣ و ٤ و ٥) لانخفاض درجة الاتساق الداخلي لها. تم استخدام معامل كرونباخ ألفا في تحليل درجة الصدق أو الاتساق الداخلي لبنود استمارة الاستبيان. ويوضح الجدول رقم (١) نتائج تحليل الصدق والثبات لكل مقياس مُستخدم، فضلاً عن نتائج التحليل الوصفي لبنود الاستمارة.

جدول رقم (١) التحليل الوصفي

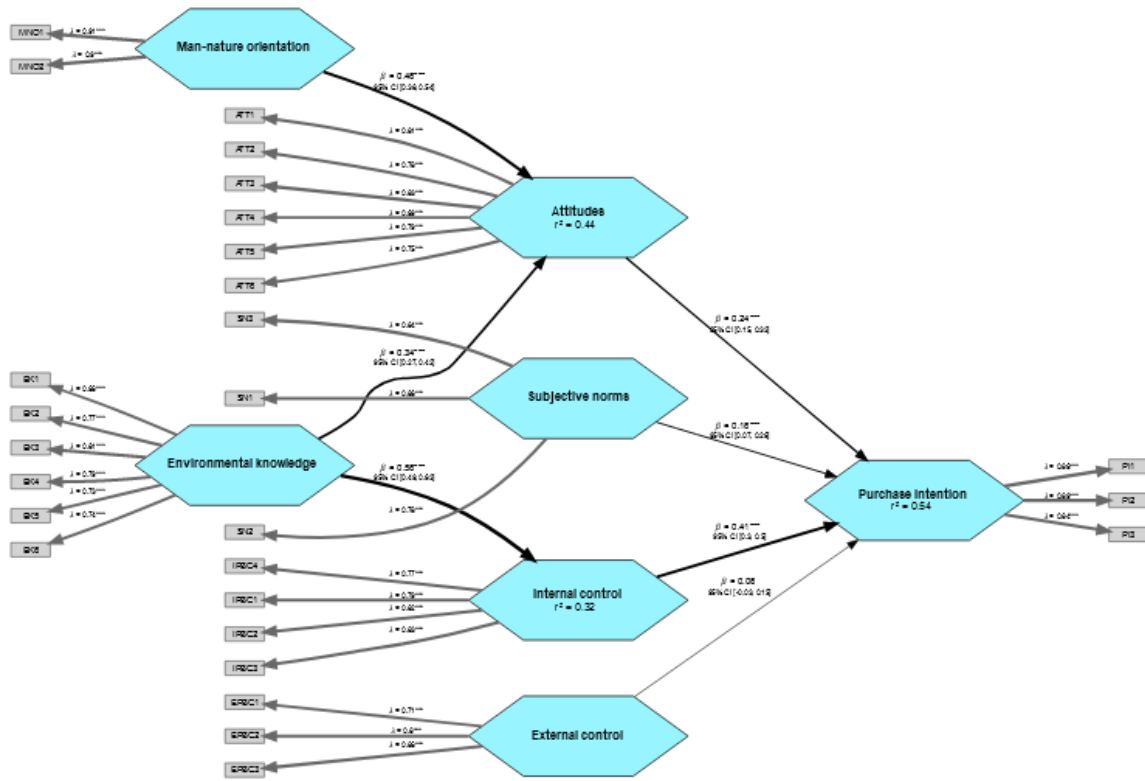
المتغير	حجم العينة	الوسط	الإنحراف المعياري	معامل كرونباخ ألفا
علاقة الإنسان بالطبيعة				٠,٧٨
بند ١	٤٥٩	٤,٢٣	١,٠٤	
بند ٢	٤٥٩	٤,٢٢	١,٠٢	
بند ٣	٤٥٩	٣,٣٩	١,٣٠	
بند ٤	٤٥٩	٣,٦٩	١,٢٢	
بند ٥	٤٥٩	٣,٣٤	١,٣٥	
المعرفة البيئية				٠,٨٤
بند ١	٤٥٩	٣,٤٩	١,١٦	
بند ٢	٤٥٩	٣,٥٠	١,١٥	
بند ٣	٤٥٩	٣,٤١	١,٢٠	
بند ٤	٤٥٩	٣,٤٢	١,٢٨	
بند ٥	٤٥٩	٣,٤٩	١,٢٦	
بند ٦	٤٥٩	٣,٧١	١,٠٥	
الاتجاهات				٠,٨٧
بند ١	٤٥٩	٤,٠٨	٠,٩٣	
بند ٢	٤٥٩	٣,٩٥	١,٠٣	
بند ٣	٤٥٩	٤,٠٧	٠,٩٥	
بند ٤	٤٥٩	٣,٩٥	١,٠٠	
بند ٥	٤٥٩	٤,١٠	٠,٩٥	
بند ٦	٤٥٩	٣,٨٥	١,٠٥	
تأثير الأقارب والزملاء				٠,٧٧
بند ١	٤٥٩	٣,٤٣	١,٠٨	
بند ٢	٤٥٩	٣,٧٤	٠,٩٩	
بند ٣	٤٥٩	٣,٥٠	١,٠٤	
التحكم الذاتي الداخلي				٠,٨٣
بند ١	٤٥٩	٣,٨٦	٠,٩٣	
بند ٢	٤٥٩	٣,٨٣	٠,٩٩	
بند ٣	٤٥٩	٣,٧٦	١,٠١	
بند ٤	٤٥٩	٣,٨٨	٠,٩٦	
التحكم الذاتي الخارجي				٠,٧٠
بند ١	٤٥٩	٣,٨٩	١,٠٤	
بند ٢	٤٥٩	٣,٦٣	١,١٠	
بند ٣	٤٥٩	٣,٧٠	١,٠٢	
نية الشراء				٠,٨٣
بند ١	٤٥٩	٣,٧٣	٠,٩٨	
بند ٢	٤٥٩	٣,٧٤	١,٠١	
بند ٣	٤٥٩	٣,٨٢	٠,٩٧	

النتائج والمناقشة

اعتمد التحليل الاحصائي على عينة كبيرة حجمها ٤٥٩ مستهلكاً كويتياً تم اختيارهم باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة. كان متوسط العمر في العينة ٣١,٦١ عاماً (الانحراف المعياري = ١٠,٥٩ عاماً). بالنسبة للمستوى التعليمي كانت هناك ١٠ حالات بلا تعليم رسمي و٤٩ حالة تعليم قبل جامعي و٢٤٤ حالة تعليم جامعي و١٥٦ حالة دراسات عليا. وبالنسبة للحالة الاجتماعية، كانت هناك ٢٦٦ حالة أعزب و١٦٤ حالة متزوج و٢٩ حالة مطلق أو أخرى.

من جدول رقم (١) السابق الإشارة إليه نجد أن معاملات كرونباخ ألفا كانت كلها أعلى من ٠,٧ مما يدل على وجود اتساق داخلي بين أبعاد الاستبيان.

وقد تم استخدام أسلوب تحليل المربعات الدنيا الجزئية — تحليل المعادلات الهيكلية PLS-SEM لاختبار فروض البحث. ويعد هذا الأسلوب من الأساليب الإحصائية التي تلائم طبيعة البيانات لاسيما في حالة وجود انحراف محدود في البيانات عن التوزيع الطبيعي. يوضح الشكل رقم (٢) وكذلك الجدول رقم (٢) نتائج التحليل.



شكل رقم (٢) نتائج تحليل المربعات الدنيا الجزئية — تحليل المعادلات الهيكلية (PLS-SEM)

جدول رقم (٢) المسارات الهيكلية للنموذج

المسار	التقدير الأصلي	تقدير المعاينة العشوائية	قيمة T	حد الثقة	المعنوية
علاقة الإنسان بالطبيعة ← الاتجاهات	٠,٤٦١	٠,٤٦١	١١,٤٢	(٠,٥٤ ٠,٣٨)	دال معنوياً
المعرفة البيئية ← الاتجاهات	٠,٣٤٤	٠,٣٤٤	٨,٧٢	(٠,٤٢ ٠,٢٧)	دال معنوياً

المعرفة البيئية ← الداخلي	التحكم الذاتي	٠,٥٦٢	٠,٥٦٣	١٥,٨٨	(٠,٦٣ ٠,٤٩)	دال معنوياً
الإتجاهات ←	نية الشراء	٠,٢٤٢	٠,٢٤٢	٥,٢٦	(٠,٣٣ ٠,١٥)	دال معنوياً
تأثير الأقارب والزملاء ←	نية الشراء	٠,١٦٥	٠,١٦٤	٣,٤٩	(٠,٢٦ ٠,٠٧)	دال معنوياً
التحكم الذاتي الداخلي ←	نية الشراء	٠,٤٠٥	٠,٤٠٥	٧,٨٤	(٠,٥٠ ٠,٣٠)	دال معنوياً
التحكم الذاتي الخارجي ←	نية الشراء	٠,٠٥٨	٠,٠٦١	١,٢١	(٠,٠٣- ٠,١٦)	غير دال معنوياً

من الجدول رقم (٢) نجد أن هناك علاقة إيجابية معنوية بين علاقة الإنسان بالطبيعة والاتجاهات نحو الملابس التي تحافظ على البيئة (قيمة $T = 11,42$)، كما يتضح وجود علاقة إيجابية معنوية بين المعرفة البيئية والاتجاهات نحو الملابس التي تحافظ على البيئة (قيمة $T = 8,72$). كذلك نجد أن هناك علاقة إيجابية معنوية بين المعرفة البيئية والتحكم الذاتي الداخلي (قيمة $T = 15,88$). فضلاً عن ذلك فإن هناك علاقة إيجابية معنوية بين الاتجاهات ونية الشراء (قيمة $T = 5,26$) وكذلك بين تأثير الأقارب والزملاء ونية الشراء (قيمة $T = 3,49$) وبين التحكم الذاتي الداخلي ونية الشراء (قيمة $T = 7,84$). لكن على الرغم من وجود علاقة إيجابية بين التحكم الذاتي الخارجي ونية الشراء، إلا أن هذه العلاقة لم تصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية ($T = 1,21$)

يتضح من هذه النتائج أنه يمكن قبول الفروض الستة الأولى على حين يتم رفض الفرض السابع عند مستوى المعنوية التقليدي المستخدم في العلوم الاجتماعية ($p = 0.05$ ومعامل ثقة ٩٥%). وتنص الفروض الستة التي تم قبولها على ما يلي:

H1: هناك تأثير إيجابي لعلاقة الإنسان بالطبيعة على اتجاهات المستهلك نحو شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

H2: للمعرفة البيئية تأثير إيجابي على اتجاهات المستهلك نحو شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

H3: للمعرفة البيئية تأثير إيجابي على التحكم الذاتي الداخلي للمستهلك.

H4: هناك علاقة إيجابية بين اتجاهات المستهلك نحو الملابس التي تحافظ على البيئة وبين نيته شراء تلك الملابس.

H5: هناك علاقة إيجابية بين تأثير الأقارب والزملاء وبين نية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

H6: للتحكم الذاتي الداخلي تأثير إيجابي على نية المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

ويوضح الجدول رقم (٣) نتائج اختبار صدق التمايز. من الجدول يتضح أن قيم القطر الرئيسي أكبر من باقي القيم، وهي كلها أقل من أو تُقارب الحد المتعارف عليه وهو ٠,٨٥ (Kline, 2011). يدل ذلك على تحقق صدق التمايز Discriminant validity.

جدول رقم (٣) تحليل صدق التمايز (فورنل — لارك)

المقياس	العلاقة بين الإنسان والطبيعة	المعرفة البيئية	الإتجاهات	تأثير الأقارب والزملاء	التحكم الذاتي الداخلي	التحكم الذاتي الخارجي	نية الشراء
العلاقة بين الإنسان والطبيعة	٠,٩٠٧						
المعرفة البيئية	٠,٣٤٧	٠,٧٥١					
الإتجاهات	٠,٥٨١	٠,٥٠٤	٠,٧٧٨				
تأثير الأقارب والزملاء	٠,٣٦١	٠,٥٩٠	٠,٥٢٦	٠,٨٢٩			

		٠,٨٠١	٠,٥٧٤	٠,٦٢٥	٠,٥٦٢	٠,٤٧١	التحكم الذاتي الداخلي
	٠,٧٩١	٠,٥٦١	٠,٤٩٣	٠,٤٨٠	٠,٥١٦	٠,٣٣٢	التحكم الذاتي الخارجي
٠,٨٦٥	٠,٤٨٣	٠,٦٨٤	٠,٥٥٤	٠,٦١٠	٠,٥٣٠	٠,٤٩٦	نية الشراء

يتضح من النتائج أن هناك اتساقاً بين ما توصلنا إليها في هذا البحث وبين نتائج البحوث السابقة على نحو عام، فعلى سبيل المثال وجدت الدراسات السابقة أن هناك علاقة إيجابية بين المعرفة البيئية والاتجاهات نحو المنتجات التي تحافظ على البيئة (Ru et al., 2019)، كما أن الدراسات السابقة قد وجدت كذلك علاقة إيجابية بين تأثير الأقارب والزملاء وبين نية شراء الملابس التي تحافظ على البيئة (Jaiswal and Kand, 2018)، وهي نفس النتيجة التي توصلنا إليها في هذه الدراسة. كما أننا وجدنا كذلك علاقة إيجابية بين التحكم الذاتي ونية الشراء وهو ما يدعم نتائج الدراسات السابقة التي تم إجراؤها في الغرب (Kong et. Al., 2021)، وهو ما يعني أن وجود تحكم ذاتي داخلي قوي يؤدي إلى وجود نية فورية لدى المستهلك لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة.

المقترحات والبحوث المستقبلية

- ضرورة تعزيز وعي المستهلك الكويتي بالمشاكل البيئية كالتغير المناخي والاحتباس الحراري وضرورة إجراء بحوث أكاديمية في هذا المضمار.
- تشجيع المستهلك الكويتي على ضرورة أخذ البعد البيئي بعين الاعتبار عند شراء الملابس.
- تحفيز المرأة الكويتية على ضرورة الكف عن متابعة الموضة إذا كانت لا تحافظ على البيئة.

المراجع العربية:

1. أمال عبد الرحيم (٢٠١٢). اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك. مجلة جامعة دمشق. العدد الأول، المجلد ٢٨.
- abdelraheem, amal. Itijahat altalibah aljamieyah alsaudia nahwa thaqafat tarsheed alistihlak. Mijalat Jameat Demashq, 28 (2012).
2. بشرى فاضل، صالح (٢٠٠٨). ترشيد الاستهلاك. جامعة بغداد. مجلة كلية التربية للبنات، العدد ٢.
- Saleh, boushra fadel. Tarsheed alistihlak. Majalat Jameat Bagdad, 2. (2005)
3. شيماء خزل، ذياب (٢٠١٣). ثقافة استهلاك الملابس بين الترشيح والتبديل (دراسة ميدانية في جامعة بغداد). المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك. العدد ٢ — المجلد ٥.
- Diab, shaimaa khazaal. Thakafat istilak almalabes bayn altarsheed wa altabdeel (dirasah maydaniya fi jameat bagdad). Almajala aliraqiya li bohouth alsook wa himayat almustahlik, 2 (2013)

المراجع الأجنبية

1. Ajzen, Ingrid. "The theory of planned behavior." Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol. 50, (1991): pp. 179-211.
2. Armitage, Carl. and Micael Conner. "The theory of planned behavior: Assessment of predictive validity and perceived control." British Journal of Social Psychology, vol. 38, (1999): pp. 35-54.
3. Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A. and Shepherd, R. "Predicting intention to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the theory of planned behavior". Appetite, vol. 50, (2008): pp. 443-454.

4. Bamberg, S. "How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question." *Journal of Environmental Psychology*, vol. 23, (2003): pp. 21-32.
5. Chan, R. and Lau, L. "Antecedents of green purchases: A survey in China." *Journal of Consumer Marketing*, 17, (2000): pp. 338-357.
6. Chaudhary, R. and Bisai, S. "Factors influencing green purchase behavior of millennials in India." *Management of Environmental Quality: An International Journal*. (2018).
7. Jaiswal, D. and Kant, R. "Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers." *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 41, (2018): pp. 60-69.
8. Jang, J., Ko, E., Chun, E. and Lee, E. "A study of a social content model for sustainable development in the fast fashion industry." *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 3(2), (2012): pp. 61-70.
9. Kong, H. M., Witmaier, A., and Ko, E. "Sustainability and social media communication: How consumers respond to marketing efforts of luxury and non-luxury fashion brands." *Journal of Business Research*, 131, (2021): pp. 640-651.
10. Kumar, B., Manrai, A. K. and Manrai, L. A. "Purchasing behaviour for environmentally sustainable products: A conceptual framework and empirical study." *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 34, (2017): pp. 1-9.
11. Mostafa, M. M. "Antecedents of Egyptian consumers' green purchase intentions: A hierarchical multivariate regression model." *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 19(2), (2006): pp. 97-126.
12. Paul, J., Modi, A. and Patel, J. "Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action." *Journal of retailing and consumer services*, vol. 29, (2016): pp. 123-134.
13. Puspita, H. and Chae, H. "An explorative study and comparison between companies' and customers' perspectives in the sustainable fashion industry." *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 12(2), (2021): pp. 133-145.
14. Roozen, I., Raedts, M. and Meijburg, L. "Do verbal and visual nudges influence consumers' choice for sustainable fashion?" *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 12(4), (2021): pp. 327-342.
15. Ru, X., Qin, H. and Wang, S. "Young people's behaviour intentions towards reducing PM2.5 in China: Extending the theory of planned behaviour." *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 141, (2019): pp. 99-108.
16. Seligman, C., Kriss, M., Darley, J. M., Fazio, R. H., Becker, L. J. and Pryor, J. B. "Predicting summer energy consumption from homeowners' attitudes". *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 9(1), (1979): pp. 70-90.
17. Shukla, S. "A study on millennial purchase intention of green products in India: applying extended theory of planned behavior model." *Journal of Asia-Pacific Business*, vol. 20(4), (2019): pp. 322-350.
18. Wan, C., Shen, G. Q. and Yu, A. "The moderating effect of perceived policy effectiveness on recycling intention." *Journal of Environmental Psychology*, vol. 37, (2014): pp. 55-60.

19. Wang, S., Fan, J., Zhao, D., Yang, S. and Fu, Y. "Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model." Transportation, vol. 43, (2016): pp. 123-143.

ملحق استمارة استبيان

استخدام نظرية السلوك المخطط للتنبؤ بشراء المستهلك

الكويتي للملابس التي تحافظ على البيئة

يهدف هذا البحث إلى استخدام نظرية السلوك المخطط في قياس تأثير علاقة الإنسان بالطبيعة وتأثير الأقارب والزملاء والتحكم الذاتي الداخلي والخارجي على قرار المستهلك الكويتي لشراء الملابس التي تحافظ على البيئة. برجاؤ التكرم بالإجابة عن جميع أسئلة هذا الاستبيان علماً بأن النتائج لن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، والمشاركة طوعية و غير محددة لهوية المشارك.

(ملحوظة: لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة في هذا الاستبيان)

• العمر بالسنوات.....

• المستوى التعليمي (اختر إجابة واحدة فقط):

أقل من الثانوية

الثانوية

بكالوريوس دراسات عليا

• الحالة الإجتماعية (اختر إجابة واحدة فقط)

أعزب

متزوج

مطلق

أخرى

• الدخل التقريبي الشهري بالدينار الكويتي.....

تجدون في الصفحة التالية أسئلة الاستبيان. برجاؤ إختيار إجابة واحدة فقط لكل سؤال حسب المقياس التالي: ١ = أختلف تماماً ٢ =

٣ = لا أختلف أو أتفق

٤ = أتفق

٥ = أتفق تماماً

مع الشكر و التقدير لمشاركتم

٥ أُتفق تماماً	٤ أُتفق	٣ لا أُختلف أو أُتفق	٢ أُختلف	١ أُختلف تماماً	
					١ على الإنسان أن يفهم الطبيعة ويتصرف وفقاً لذلك.
					٢ على الإنسان أن يعيش على نحو متناغم مع الطبيعة.
					٣ لما كان الإنسان هو سيد هذا الكون فإن من حقه أن يستغل الموارد الطبيعية كما يشاء.
					٤ ما الإنسان إلا جزء من مكونات الطبيعة. على الإنسان أن يسيطر على الطبيعة لا أن يتواءم معها.
					٥ أعرف أنني أشتري منتجات تحافظ على سلامة البيئة.
					٦ أعرف أن إعادة التدوير أكثر مما يعرف الشخص العادي.
					٧ أعرف كيف أختار المنتجات التي تقلل من كمية الهدر.
					٨ أعرف معنى العبارات والرموز البيئية التي توضع على المنتجات.
					٩ أعرف على نحو جيد أنواع المنتجات التي يمكن إعادة تدويرها.
					١٠ لديّ معرفة واسعة بالقضايا البيئية.
					١١ يعد شراء المنتجات الخضراء فكرة جيدة.
					١٢ يعد شراء المنتجات الخضراء فكرة حكيمة.
					١٣ يعد شراء المنتجات الخضراء فكرة إيجابية.
					١٤ يعد شراء المنتجات الخضراء فكرة ناعمة.
					١٥ يعد شراء المنتجات الخضراء فكرة محببة.
					١٦ يرى الناس المقربون مني أنه ينبغي عليّ أن أشتري ملابس تحافظ على البيئة.
					١٧ يوافق الناس المهمون بالنسبة لي على شرائي لملابس تحافظ على البيئة.
					١٨ يوافق الناس المهمون بالنسبة لي على شرائي لملابس تحافظ على البيئة.

					يرغب الناس المهمون بالنسبة لي في أن أشتري ملابس تحافظ على البيئة.	١٩
					أعتقد أن لدي القدرة على شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.	٢٠
					إن كان الأمر كله متروكاً لي، فأني على ثقة بأنه بإمكانني شراء ملابس تحافظ على البيئة.	21
					أنا على ثقة بأنه بإمكانني شراء ملابس تحافظ على البيئة.	22
					أنا قادر على شراء ملابس تحافظ على البيئة.	23
					يرجع الأمر لي تماماً في أن أقرر من عدمه شراء ملابس تحافظ على البيئة.	24
					هناك العديد من الفرص المتاحة أمامي لشراء ملابس تحافظ على البيئة.	25
					لدي سيطرة كبيرة على قرار شراء الملابس التي تحافظ على البيئة.	26
					يخرج قرار شراء الملابس التي تحافظ على البيئة عن سيطرتي.	27
					أفكر في شراء ملابس تحافظ على البيئة.	28
					أخطط لشراء ملابس تحافظ على البيئة.	29
					أود شراء ملابس تحافظ على البيئة.	30