**أثر تطبيق التسويق الأخضر على المبيعات في شركات الصناعات الكيماوية في مدينة سحاب الصناعية في الأردن**

**إعــداد**

**أحمد محمد ذيب خير الدين**

**إشـــــراف**

**الأستاذ الدكتور محمد عبيدات**

|  |
| --- |
| **الملخص**  |

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر تطبيق التسويق الأخضر على المبيعات في شركات الصناعات الكيماوية في مدينة سحاب الصناعية في الأردن، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد بلغ حجم العينة (270) مدير عام، مدير مصنع، رئيس قسم، وموظفين من 64 مصنع للمواد الكيماوية في مدينة سحاب الصناعية حيث تم توزيع استبانة خاصة عليهم تشتمل على فقرات تعكس متغيرات الدراسة للوصول الى نتائج هذه الدراسة.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (α=0.05) لتطبيق التسويق الأخضر بأبعاده (إلغاء مفهوم النفایات، إعادة تشكيل مفهوم المنتج، العلاقة بين السعر والتكلفة، التوجه نحو المنتج الأخضر المربح) على زيادة المبيعات في شركات الصناعات الكيماوية في مدينة سحاب الصناعية

وفي ضوء هذه النتائج أوصت الدراسة الى العديد من التوصيات كان من أهمها ضرورة العمل على الاستمرار بمواكبة مفهوم التسويق الأخضر لما له من فائدة تنعكس على البيئة الخارجية والداخلية وبالتالي زيادة الإنتاج.

**The Impact of Green Marketing Application on the Chemical Industries Companies Sales in the Industrial City of Sahab in Jordan**

**Prepared by**

**Ahmed kier Al-Dien**

**Supervised by**

**Prof. Mohammed Obaidat**

**Abstract**

The study aimed at identifying the impact of green marketing application on the chemical industries companies sales in the industrial city of Sahab in Jordan. The study relied on descriptive analytical method. The study sample consisted (270) general manager, factory manager, head of department, and staff, where they were distributed a special questionnaire containing paragraphs that reflect the variables of the study to reach the results of this study.

The study concluded several results, the most important of which was the presence of a statistically significant effect at the level of (α = 0.05) for the application of green marketing in its dimensions (eliminating the waste concept, restructuring the product concept, and the relationship between price and cost, in chemical industries companies in the industrial city of Sahab.

Considering these results, the study recommended several recommendations, the most important of which was the necessity of working to keep up with the concept of green marketing because of its usefulness reflected on the external and internal environment which as a result increase production.