

## عنوان مقاله:

بازاریابی سبز و تاثیر آن بر حمل و نقل عمومی درون شهری تهران (اتوبوسرانی)

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره 3، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

## نویسنده:

عبدالرضا دلفانی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی تاکستان

## خلاصه مقاله:

همانطور که می دانیم زمینی که الان در آن زندگی می کنیم متعلق به آیندگان می باشد ، در دنیای امروز برای اینکه پاسخی مناسب به سوال نسل آینده بشر " شما برای زمین چه کار کردید؟" بدهیم باید در حفظ محیط زیست و انتقال درست آن به نسل های آینده بشرنهایت تلاش خود را به کار ببندیم. پرفسور استیون هاوکینز فیزیکدان برجسته دنیا نظریه ای را ارائه نموده است و آن اینکه زمین تا صدسال آینده مملو از انسان خواهد شد و بحرانهای شدیدی مانند بحران آب ، افزایش فزاینده جمعیت و ... گریبانگیر زمین خواهد شد، و به همین دلیل انسان باید به فکر پیدا کردن کرات دیگر برای زندگی باشد. صنعت حمل و نقل عمومی به ویژه حمل و نقل درون شهری، یکی از صناعی است که در صورت توجه ویژه به مقوله بازاریابی سبز می تواند راه های مختلفی در جهت حفظ و سیانت از زمین پیشروی دهکده جهانی قرار دهد. این مقاله در پی ارائه راههایی است که بتوان تاثیرات مثبت بازاریابی سبز را بر روی حمل و نقل عمومی درونشهری (اتوبوسرانی) پیدا کرده و آنرا تشریح نماید.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، صنعت حمل و نقل عمومی، محیط زیست، شرکت واحد اتوبوسرانی تهران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1242279>

