

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین بازاریابی سبز با عملکرد سازمانی در شرکت بهینه سازی مصرف سوخت ایران

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت نوین در افق 1404 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

قاسمعلی بازآبی - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

زهرا رضانی پور - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه محیط زیست و حفظ آن به مسأله ای حیاتی و دغدغه ای جدی برای مردم تبدیل شده است. این مسائل منجر به پیدایش مفاهیمی نظیر بازاریابی سبز شده است. با توجه به رقابت شدیدی که امروزه در دنیای تجارت بین سازمان ها وجود دارد، فقط سازمانهایی می توانند در نیل به اهداف خود به موفقیت برسند که علاوه بر توجه به مسائلی نظیر سودآوری و فروش بیشتر، به رسالت های اجتماعی خویش نیز توجه کنند. یکی از مهمترین مباحث در هر سازمان، عملکرد آن سازمان است. گامی که در این پژوهش برداشته شده است تلاش در جهت بررسی رابطه بین بازاریابی سبز و عملکرد سازمان در شرکت بهینه سازی مصرف سوخت ایران است.

کلمات کلیدی:

محیط زیست ، بازاریابی سبز ، سودآوری ، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550052>

