



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بازاریابی سبز و تاثیر آن بر مدیریت زنجیره تامین در بازارهای صنعتی

عنوان انگلیسی مقاله :

Green marketing and its impact on supply chain  
management in industrial markets



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

Chan, He, Chan and Wang's (this issue) research empirically examines the relationship among environmental orientation, GSCM activities and corporate performance, as well as how an important context factor, competitive intensity may further moderate (strengthen) this relationship. In view of firms' increasing use of GSCM practices to address environmental demands of their various salient stakeholders and the potential for employing GSCM to improve such marketing operations as product and package design, marketing communication and channel selection, this research is considered timely and important to enrich the extant marketing literature, which has traditionally paid only limited attention to the strategic implications of GSCM. By surveying foreign invested enterprises operating in China, this study demonstrates that environmentally oriented firms are more likely to practice GSCM activities. These activities include the firm's strategic use of recycling, redeployment and reselling to enhance value of its materials and products, and cooperating with suppliers and customers to respectively 'green' its inbound and outbound logistical activities. By further demonstrating that these GSCM activities positively affect corporate performance, this study, among others, reminds industrial marketers of the importance to strengthen cooperation with their customers so as to achieve higher market share and market growth in today's highly competitive marketplace.

تحقیقات چن، هی، چان و ونگ (همین موضوع) بطور تجربی به بررسی رابطه بین جهت گیری محیطی، فعالیت های GSCM و عملکرد صنعتی و اینکه چگونه عامل مهم، شدت رقابتی ممکن است این رابطه را بیشتر تعدیل کند، می پردازد. در دیدگاه استفاده شرکت ها از شیوه های GSCM برای پرداختن به تقاضاهای محیطی سهامداران متعدد خود و پتانسیل بکارگیری GSCM برای بهبود ارتباطات و انتخاب کانال، این پژوهش به موقع در نظر گرفته شده است و برای غنی سازی متون بازاریابی موجود مهم است که بطور سنتی تنها توجه محدودی به مفاهیم استراتژیک GSCM می کند. با بررسی شرکت های سرمایه گذاری خارجی در چین، این مطالعه نشان می دهد که شرکت های جهت دار محیطی بیشتر از فعالیت های GSCM استفاده می کنند. این فعالیت ها شامل استفاده استراتژیک شرکت از بازیافت، نقل و انتقال و فروش مجدد به منظور افزایش ارزش مواد و محصولات آن و همکاری با تامین کنندگان و مشتریان برای فعالیت های ورودی و خروجی «سبز» آن هستند. با نشان دادن اینکه این فعالیت های GSCM قطعاً بر عملکرد صنعتی تاثیر می گذارند، این مطالعه در بین مطالعات دیگر، اهمیت استحکام همکاری با مشتریان را برای بازاریاب های صنعتی یادآور می شود تا به سهم بالاتر بازار و رشد بازار در بازار بشدت رقابتی امروزی دست یابند.



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.