



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

آگاهی و اجرای مفاهیم سبز در آمیخته بازاریابی: یک
مورد از کشور مالزی

عنوان انگلیسی مقاله :

The Awareness And Implementation of Green
Concepts In Marketing Mix: A Case of Malaysia



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

5. Conclusion

Having achieve all the objectives this research set out to do, it can be concluded that here is a correlation between manager's awareness on green concepts with the implementation of green marketing among the personal care product companies in Peninsular Malaysia. The challenge now is to enhance managers' environmental awareness in order to ensure more environmentally friendly practices. However it must be noted that for the organization to play an active role in preserving the environment, it would involve commitment in the organization as a whole. All the departments in organization should be committed to provide the same level of environmental responsibility, which will be accepted by not only the customers but also the government and the employees as well. Notwithstanding the limitations of this study, several avenues for future research in the area of green marketing are suggested. In order to ensure validity of the findings in this study, there is a need to carry out similar study with different types of research technique such as focus group or personal interviews. Future research might also consider additional green issues dimensions other than those being asked in this study.

۵. نتیجه گیری

پس از رسیدن به تمامی اهداف این تحقیق ، می توان نتیجه گرفت که در اینجا یک همبستگی بین آگاهی مدیر در زمینه مفاهیم سبز با اجرای بازاریابی سبز در میان شرکت های محصولات مراقبت شخصی در شبه جزیره مالزی وجود دارد. اکنون چالش این است که آگاهی زیست محیطی مدیران را به منظور حصول اطمینان از اقدامات دوستانه ی زیست محیطی افزایش دهیم. با این حال باید اشاره نمود که برای سازماندهی ایفای نقش فعال در حفظ محیط زیست، این امر شامل تعهد در سازمان به عنوان یک کل می باشد. تمامی بخش های سازمان باید متعهد به تامین سطح یکسان مسئولیت زیست محیطی باشند که نه تنها توسط مصرف کنندگان بلکه دولت و کارکنان نیز پذیرفته خواهد شد. با وجود محدودیت های این مطالعه ، چندین راه برای تحقیقات آتی در حوزه بازاریابی سبز پیشنهاد شده است. برای اطمینان از اعتبار یافته ها در این مطالعه ، نیاز به انجام مطالعه مشابه با انواع مختلف تکنیک تحقیقاتی مانند گروه تمرکز یا مصاحبه های شخصی وجود دارد. تحقیقات آینده ممکن است جنبه های بیشتر مسایل سبز را غیر از آن هایی که در این مطالعه مورد سوال قرار گرفته شد، بررسی نمایند.



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.