

## مشخصات نویسندگان مقاله:

مهدي ثقفی – عضو هیأت علمی گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، استان خراسان جنوبی

## چکیده مقاله:

امروزه هر سازمانی برای تداوم فعالیت و رشد اقتصادی خود به بازاریابی و تبلیغات نیازمند است. تبلیغات را می‌توان صنعت یا حرفه‌ای دانست که در صورت توجه و به کارگیری صحیح آن، موجب به وجود آمدن مشاغل جدید در جامعه امروزی شده و از طریق بالا بردن گردش وجوه نقد موجبات رشد و پویایی اقتصادی جامعه را محیا می‌نماید. از این رو در این مقاله به روش اسناد کاوی و مطالعه و بررسی متون موجود به بررسی نقش بازاریابی سبز بر توسعه اقتصادی می‌پردازیم. در ابتدا تاریخچه بازاریابی سبز، تحقیقاتی که در این حیطه انجام شده و مبانی نظری بازاریابی سبز ارائه گردیده. سپس در ادامه به سطوح بازاریابی و آمیخته‌های بازاریابی سبز، و اینکه مصرف‌کنندگان سبز چه کسانی هستند مورد بررسی قرار می‌گیرد، و در انتها به اثرات بازاریابی سبز بر اقتصاد اشاره شده و نیز راهکارهایی را جهت گسترش استفاده از بازاریابی سبز ارائه گردیده.

## واژگان کلیدی:

بازاریابی سبز، تولید، رشد اقتصادی.