



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مدل رفتار جبرانی مصرف کننده: چگونه خود ناهمخوانی محرک
رفتار مصرف کننده است

عنوان انگلیسی مقاله :

MANAGING BRANDS THROUGH CULTURE
A CUSTOMER ORIENTED APPROACH



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

Conclusion

The present review offers a Compensatory Consumer Behavior Model that provides a parsimonious framework for studying when and how compensatory consumer behavior results from self-discrepancies. In particular, we have articulated a Compensatory Consumer Behavior Model (Fig. 1) that both synthesizes previous findings and calls for specific future research. This model provides a lens for understanding the factors involved in, as well as the variety of, compensatory consumption behaviors (see Table 2). Perhaps equally important, we also offer an agenda for current and future researchers to help move our understanding of compensatory consumer behavior forward.

نتیجه گیری

بررسی حاضر مدل رفتار جبرانی مصرف کننده را ارائه می دهد که چارچوب مقرون به صرفه ای برای مطالعه این فراهم می کند که چه زمانی و چگونه رفتار جبرانی مصرف کننده از تمایز خود نشات می گیرد. بویژه، بیان کرده این که مدل رفتار جبرانی مصرف کننده (شکل 1) هم یافته های قبلی را ترکیب می کند و هم تحقیقات خاص آتی را فراهم می خواند. این مدل چشم اندازی برای درک عوامل درگیر و همینطور انواع رفتارهای جبرانی مصرف کننده فراهم می کند (به جدول 2 رجوع کنید). شاید به همان اندازه مهم باشد که ما برنامه ای برای محققان آتی و کنونی ارائه دادیم که کمک می کند درک مان از رفتار جبرانی مصرف کننده را به سمت جلو سوق دهد.



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.