



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

طرح آزمایشات برای تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر
رفتار مصرف کننده

عنوان انگلیسی مقاله :

Design of Experiments for Analysis Factors Influencing
Consumer Behaviour



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

4. Conclusion

The business concept of Fairtrade is a relatively new phenomenon whose importance has been increasing in recent years. The principles of solidarity and social responsibility relate to every individual and every company these days. The volume of Fairtrade products has been increasing permanently, their structure as well as the way their sales are implemented has been changing dynamically. The action of market forces in the production of Fairtrade has been intensifying, its next form therefore poses many questions, however, the correctness of its principles cannot be denied.

The objective of the article was to identify the assumption through which commercial customers can be distinguished from those who buy organic products and Fairtrade products. Three hypotheses were tested statistically for this purpose. The subsequent task was to propose an optimal representation of organic products, Fairtrade products and commercial products in the shopping basket of a typical customer, which would optimize its aggregate benefit. To achieve this, the methodology of Design of Experiments, namely mixed proposals, was used.

4. نتیجه گیری

مفهوم تجارت منصفانه در کسب و کار پدیده نسبتاً جدیدی محسوب می شود که اهمیت روزافزونی در سالیان اخیر یافته است. این روزها اصول انسجام یا همبستگی و مسئولیت اجتماعی به هر فرد و هر شرکتی مرتبط می شود. حجم محصولات تجارت منصفانه به طور دائم در حال افزایش بوده است، ساختار آن ها و هم چنین شیوه ای که برای فروش آن ها پیاپی می شود به صورت پویایی در حال تغییر می باشد. کنش نیروهای بازار در تولید تجارت منصفانه تشدید کننده است، به همین دلیل شکل بعدی آن پرسش های بی شماری را مطرح می سازد با این حال، صحت اصول آن را نمی توان انکار نمود. هدف این مقاله شناسایی این فرض بود که از طریق آن مصرف کنندگان تجاری را بتوان از کسانی که محصولات ارگانیک و محصولات تجارت منصفانه را خریداری می نمایند، تمییز داد. سه فرضیه آماری برای این منظور مورد آزمایش قرار گرفتند.



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.