



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

کشف رفتار دلبستگی مشتریان برای حفظ صنعت خرده فروشی در مالزی

عنوان انگلیسی مقاله :

Exploring customer attachment behaviour to sustain the  
retail industry in 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

### 6. Contributions, limitation and future research directions

The novelty of the present study is the contribution of original knowledge through the development of new findings on a new invention and practical tool of comprehensive customer emotion experience dimensions, scale and model. As an experimental model, this is appropriate and useful for decision making at the management level to predict customer emotion experience and which could guide policymakers/decision makers/vendors/producers/local home grown or foreign retail operators in the industry.

There is limitation experienced by this research, certainly, longitudinal research is required to capture fully the dynamic nature of customer behaviour specifically in tracking their buying habit personality, attitude and loyalty, which will be developed over a long period of time. Future studies should incorporate other factors related to the source such as the pricing of the product. Future studies can examine the relevance of the other customer emotion experience mediator in the context of Malaysia retail industry. Therefore, continuous and more thorough investigations with incorporations of other measures of the constructs may be needed in order to enhance our understanding of the concept of customer emotion experience either in the same setting or different retail environment.

#### 6. کارها، محدودیت و جهات تحقیق آتی

تازگی و جدید بودن مطالعه حاضر نشأت گرفته از کمک دانش اصلی از طریق توسعه یافته های جدید در مورد اختراع جدید و ابزار عملی برای ابعاد، مقیاس و مدل جامع تجربه عاطفی مشتری، می باشد. به عنوان یک مدل آزمایشی، تصمیم گیری در سطح مدیریت برای پیش بینی تجربه عاطفی مشتری مناسب و مفید بوده و می تواند سیاست گذاران/ تصمیم گیرندگان/ فروشندگان/ تولید کنندگان/ اپراتورهای خرده فروشی محلی یا خارجی در صنعت را راهنمایی کند.

قطعاً این تحقیق با محدودیت مواجه می باشد. برای دستیابی به طبیعت پویای رفتار مشتری مخصوصاً در ردیابی عادت خرید، شخصیت، نگرش و وفاداری آنها به تحقیق طولی نیاز می باشد که در دراز مدت توسعه خواهد یافت. مطالعات آتی باید از سایر عوامل مرتبط با منبع نظیر قیمت گذاری محصول استفاده نمایند. مطالعات آتی می توانند ربط سایر عوامل تعدیل کننده تجربه عاطفی مشتریان در صنعت خرده فروشی مالزی را مورد بررسی قرار دهند. بنابراین، برای بهبود درک و شناختن از مفهوم تجربه عاطفی مشتری در یک محیط یا محیط خرده فروشی متفاوت، به پژوهشهای پیوسته و کامل تر با بهره گیری از سایر معیارهای ساختارها، نیاز می باشد.

### 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.

