



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

پیشایندهای قصد خرید مصرف کننده از برند حلال: یک رویکرد یکپارچه

عنوان انگلیسی مقاله :

Antecedents of consumers' Halal brand purchase intention: an integrated 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

### *Limitations and scope for future research*

The Muslim population is growing in many parts of the world, including non-Muslim countries. Although this study's focus is limited to Pakistani Muslims, findings related to the effects of Halal brand perceived quality, image, satisfaction, trust and loyalty on intentions may not be equally valid for Muslim consumers in others Muslims and non-Muslim countries and for other types of products (e.g. products like cosmetics, pharmaceuticals and toiletries, and services like insurance, banking and travel and leisure). Moreover, this study concentrates on a single product (milk) in one product category, so future researches may consider more than one product in multiple product categories, i.e. convenience, shopping, speciality and unsought product, and compare with this study to support the generalisability of results.

### محدودیت ها و قلمرو تحقیقات آتی

جمعیت مسلمانان در بسیاری از نقاط جهان، از جمله کشورهای غیراسلامی در حال رشد است. اگر چه تمرکز مطالعه حاضر محدود به مسلمانان پاکستانی است اما یافته های مربوط به اثرات کیفیت درک شده، تصویر، رضایت، اعتماد و وفاداری برند حلال بر قصد خرید ممکن است به همان اندازه برای مصرف کنندگان مسلمان در سایر کشورهای اسلامی و غیراسلامی و انواع دیگر محصولات (به عنوان مثال، محصولات مانند: لوازم آرایشی، دارویی و بهداشتی، و خدماتی مانند: بیمه، بانکداری و مسافرت و اوقات فراغت) معتبر نباشد. افزون بر این، مطالعه حاضر بر روی یک محصول واحد (شیر) و در یک دسته بندی محصول تمرکز نموده بنابراین تحقیقات آتی می توانند بیش از یک محصول را در دسته بندی محصولات متعدد یعنی: رفاهیات، خرید، کالا ویژه و ناخواسته در نظر گرفته و با مطالعه حاضر برای تایید تعمیم پذیری نتایج مقایسه 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.