



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

توجه مصرف کنندگان به قیمت در تجارت اجتماعی:

الگوهای ردیابی چشمی در خرده فروشی پوشاک

عنوان انگلیسی مقاله :

Consumer attention to price in social commerce:

Eye tracking patterns in retail clothing



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. Conclusion

Table 1 shows a summary of conclusions and suggestions for future research. The findings show that researchers can analyze consumers' needs in terms of attributes or stimuli with different consequences and then focus consumers' attention toward the main attributes both directly and indirectly. In addition to implications for retailers, the re-sults of this study provide a useful theoretical contribution with respect to consumers' attention to price as they shop on social media platforms.

The results of this study imply that retailers can draw consumers' attention to price directly through manipulation of the price points and price position (visibility) or indirectly through the use of a salient attribute such as a model/mannequin. The study proposes a research framework (see Fig. 5) to examine the determinants of consumer attention to price.

نتیجه گیری

جدول ۱ یک خلاصه ای از نتایج و پیشنهادات را برای تحقیقات آینده نشان می دهد. یافته ها نشان می دهد که محققان می توانند نیازهای مصرف کننده را از نظر ویژگی ها یا محرک ها با نتایج متفاوت تجزیه و تحلیل کنند و سپس روی توجه مصرف کننده به سوی ویژگی های اصلی هم مستقیم و هم غیر مستقیم تمرکز نشان دهند. علاوه بر پیامدها برای خرده فروشان، نتایج این مطالعه یک سهم نظری مفیدی را با در نظر گرفتن توجه مصرف کننده به قیمت ارائه می دهد به ویژه برای آنهایی که در غالب رسانه های اجتماعی خرید می کنند.

نتایج این مطالعه نشان می دهد که خرده فروشان می توانند توجه مصرف کننده را به قیمت به صورت مستقیم از طریق دستکاری نقاط قیمت و موقعیت قیمت (دامنه دید) جلب کنند یا بصورت غیر مستقیم توجه مصرف کننده را از طریق استفاده از ویژگی های برجسته از قبیل مدل / مانکن جلب کنند. مطالعه یک چارچوب تحقیق را پیشنهاد می دهد (ببینید تصویر ۵) که عوامل موثر بر توجه مصرف کننده به قیمت را مورد بررسی قرار می 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.