



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رشد پایدار برای خویش فرمایی در صنعت خرده فروشی بر اساس
ارزش ویژه مشتری، رضایت مشتری و وفاداری

عنوان انگلیسی مقاله :

Sustainable growth for the self-employed in the retail industry
based on customer equity, customer satisfaction, and loyalty



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

5. Conclusions

5. 1. Discussion

CE is an important factor that companies must consider in order to improve their bottom line and achieve sustainable growth. Improving CE is directly related to the ability to sustain competitive advantage (Rust et al., 2001). From this point of view, it means that self-employed people - as essentially the presidents of their individual companies - can improve their competitiveness and achieve sustainable growth by improving CE. The main reason is that CE is a very important tool to connect customers and businesses (Simons, 2001).. Therefore, whether self-employed people in the traditional retailing business can sustain their growth by enhancing their competitiveness when they carry out business was analyzed, considering more variables through a comparison study between the traditional and new retailing businesses. The main results discussed above are summarized as follows. In the regression analysis between CE and customer satisfaction, both old and new retail firms showed statistically significant effects. Value equity, brand equity and relation equity, which constitute CE, mean that customer satisfaction is very important in the retail industry and that sustainable growth can be achieved in relation to these values.

۵. نتیجه گیری

۵,۱ بحث

ارزش ویژه مشتری (CE) عامل مهمی است که شرکتها برای بهبود سودآوری خود و دستیابی به رشد پایدار باید مد نظر قرار دهند. بهبود ارزش ویژه مشتری (CE) ارتباط مستقیمی با توانایی حفظ مزیت رقابتی دارد (Rust و همکاران، ۲۰۰۱). از این نقطه نظر، این بدان معناست که افراد خویش فرما - الزاماً به عنوان روسای شرکتهای خود- می‌توانند رقابت پذیری خود را بهبود ببخشند و با بهبود ارزش ویژه مشتری (CE) به رشد پایدار برسند. دلیل اصلی این است که ارزش ویژه مشتری (CE) ابزاری بسیار مهم برای ارتباط مشتریان و کسب و کارها است (Simons, ۲۰۰۱). از این رو، اینکه آیا افراد خویش فرما در کسب و کارهای خرده فروشی سنتی می‌توانند رشد خود را با افزایش رقابت در هنگام انجام تجارت حفظ کنند، با در نظر گرفتن متغیرهای بیشتر از طریق بررسی مقایسه‌ای بین کسب و کارهای خرده فروشی سنتی و جدید، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج مهم مورد بحث در بالا به شرح زیر خلاصه می‌شود. در تحلیل رگرسیون بین ارزش ویژه مشتری (CE) و رضایت مشتری، هر دو شرکت خرده فروشی قدیمی و جدید، اثرات آماری معنی داری را نشان دادند. ارزش ویژه، ارزش برند و ارزش رابطه که تشکیل دهنده CE هستند، به این معنی هستند که رضایت مشتری در صنعت خرده فروشی بسیار مهم است و می‌توان با استفاده از این ارزشها به رشد پایدار رسید.



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.