



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رفتار خرید در کودکان در فروشگاه های تنقلات: آیا نام های تجاری
یا قیمت های پایین تر می توانند انگیزه بخش انتخاب های سالم تر باشند؟

عنوان انگلیسی مقاله :

Children's purchase behavior in the snack market:

Can branding or lower prices motivate healthier choices?



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. Discussion and conclusions

The results of our experiment and survey demonstrate that children's purchase decisions are primarily determined by product type, with most children in this sample showing a high and significant preference for chocolate chip cookies. In addition, our findings reveal that liking is of considerable importance for the product type children choose, an outcome that is in line with previous studies. Brug, Tak, te Velde, Bere, & De Bourdeaudhuij (2008), De Bourdeaudhuij et al. (2008) and Rasmussen et al. (2006) found a positive association between liking and consumption of fruits and vegetables. McKinley et al. (2005) also stress the relevance of taste and product liking for children's product choice. Those researchers showed in their qualitative study that children seem to be especially "reluctant to 'risk' spending their money on something that was not guaranteed to taste good" (McKinley et al., 2005, p. 547).

۴. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج آزمایش و نظرسنجی ما نشان می‌دهند که تصمیمات کودکان در خرید در درجه‌ی اول توسط نوع محصول تعیین می‌شوند؛ بیشتر کودکان در این آزمایش ترجیحی معنی‌دار نسبت به کوکی دارای چیپس شکلاتی نشان دادند. همچنین، یافته‌های ما نشان می‌دهند که علاقه عامل مهمی در انتخاب محصول توسط کودکان است و این یافته هم‌راستا با مطالعات قبلی است. براگا^۱، تاک^۲، ته ولده^۳، بر^۴ و دبوردوهویی^۵ (۲۰۰۸)، دبوردوهویی و همکاران (۲۰۰۸) و راسموسن^۶ و همکاران (۲۰۰۶) یک هم‌راستایی مثبت بین علاقه و مصرف میوه و سبزیجات یافتند. مک‌کینلی^۷ و همکاران (۲۰۰۵) همچنین بر ارتباط بین سلیقه و علاقه با محصولات انتخابی توسط کودکان تأکید کردند. این پژوهشگران در مطالعات کیفی نشان دادند که به نظر می‌رسد کودکان علاقه‌ای به ریسک کردن و هزینه کردن پول خود برای خرید محصولی که از خوشمزه بودن آن اطمینان ندارند نشان می‌دهند (مک‌کینلی و همکاران، ۲۰۰۵، ص. ۵۴۷).



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.