



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

اعتبار سنجی متقابل ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری (CBBE) با برچسب  
خصوصی در کشور اسپانیا

عنوان انگلیسی مقاله :

A Cross Validation of Consumer-Based Brand Equity  
(CBBE) with Private Labels in Spain



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 Discussion

The concept of CBBE is a strategic tool for businesses when assessing brand performance and developing brand strategies. The majority of studies conducted on Consumer-Based Brand Equity (CBBE) are based on the conceptualisation introduced by Aaker (1991) and Keller (1993). However, no consensus has yet been reached regarding the validity of CBBE. Yoo and Donthu's (2001) measure applied in goods oriented brands has prompted the question of whether the scale was appropriate for private labels and different cultures. This study confirms the validity of the Nam et al.'s (2011) CBBE model in a different culture (Spanish) and a new branding context (PL). It also outperforms the CBBE model introduced by Yoo and Donthu (2001). In summary, the current study contributes to knowledge by assessing the external validity of Nam et al.'s (2011) CBBE model in PL, comparing their model to Yoo and Donthu's (2001) model.

#### 5. بحث و استدلال

مفهوم CBBE یکی از ابزارهای استراتژیکی برای کسب و کار به شمار می‌رود وقتی که به ارزیابی عملکرد برند و استراتژی‌های برند در حال توسعه پرداخته می‌شود. اکثریت پژوهش‌ها صورت گرفته روی ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری (CBBE) بر اساس مفهوم سازی ارائه شده از سوی Aaker (1991) و Keller (1993) می‌باشد. به هر حال، توافق عمومی هنوز در ارتباط با روایی CBBE اعلام نشده است. شاخص Yoo و Donthu (2001) بکار گرفته شده در برندهای خدماتی این پرسش را مطرح می‌کند که آیا شاخص برای برندهای بخش خصوصی و فرهنگ‌های مختلف مطلوب و مناسب است. این پژوهش روایی مدل CBBE ارائه شده از سوی Nam و همکاران (2011) را در فرهنگ مختلف (اسپانیایی) و حوزه برندهای جدید (PL) تأیید می‌کند. همچنین عملکرد مدل CBBE ارائه شده از سوی Yoo و Donthu (2001) را تأیید کردند. به طور خلاصه، پژوهش حاضر در ارتباط با دانش ارزیابی روایی بیرونی مدل CBBE ارائه شده از سوی Nam و همکاران (2011) در بخش برندهای خصوصی می‌باشد و این مدل را با مدل ارائه شده از سوی Yoo و Donthu (2001) مقایسه می‌کند.



### 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.