



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

"از برند سلف خود پشیمان هستید؟" نقش تعدیل‌کننده شناسایی مشتری به‌وسیله برند بر واکنش مشتری نسبت به پشیمانی از خرید

عنوان انگلیسی مقاله :

“Regretting your brand-self?” The moderating role of consumer-brand identification on consumer responses to purchase regret



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

4.3. Limitations and further research

Our research has several limitations which represent interesting directions for future researchers. First, our study manipulated post-choice regret through purchase scenarios. Although this method of regret manipulation has been used extensively in prior regret studies (e.g. [Tsiros & Mittal, 2000](#)), future research should replicate the reported findings by employing more ecologically-valid ways to elicit regret which simulate more accurately the settings in which consumers receive post-purchase feedback (e.g. through field experiments).

4.3. محدودیت‌ها و تحقیقات بیشتر

تحقیقات ما دارای محدودیت‌های متعددی است که راهنمایی‌های جالبی را برای تحقیقات آینده ارائه می‌دهد. اولاً، مطالعه ما از طریق سناریوهای بعد از خرید به پشیمانی پس از انتخاب می‌پردازد. اگرچه این روش از بکار بردن پشیمانی تا حد زیادی در مطالعات قبلی در این خصوص مورد استفاده قرار گرفته (به عنوان مثال، Tsiros & Mittal, 2000)، تحقیقات آینده باید یافته‌های گزارش شده را با به‌کارگیری روشهای معتبر اکولوژیکی تکرار کنند تا به‌طور دقیق‌تری بتوانند پشیمانی را در موقعیت‌هایی که مشتری بازخورد پس از خرید را دریافت می‌کند، استنباط کنند (به عنوان مثال، از طریق آزمایشات میدانی).



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.