



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر اعتماد و ارزش درک شده بر تمایل برای خرید آنلاین مسافرتی:
یکپارچه سازی تاثیرات تضمین بر سوابق اعتماد

عنوان انگلیسی مقاله :

Influence of trust and perceived value on the intention to purchase
travel online: Integrating the effects of assurance on trust antecedents



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

5.3. Future research

Finally, we propose some ideas for future work in relation to the formation of perceived security and privacy, trust, perceived value, and online purchase intention. It would be interesting to replicate this research for different specific travel products, to reach more insightful conclusions. This study is cross-sectional, that is, it measures the variables at a single point in time; future studies should therefore examine the validity of the proposed model by a longitudinal analysis. It would also be of interest to replicate this research in different countries and to examine the possible cross-cultural differences. Another future research line is to include other variables, such as user experience with the Internet, user experience of purchasing tourism products, consumer personality traits, the influence of price on perceived value, and socio-demographic characteristics.

5-3- تحقیقات آتی

در نهایت ما چند پیشنهاد را برای کارهای آتی در مورد ایجاد امنیت و حریم خصوصی درک شده، اعتماد، ارزش درک شده و تمایل به خرید آنلاین ارائه می‌کنیم. به منظور دستیابی به نتایج عمیق‌تر، تکرار این تحقیق برای محصولات مسافرتی خاص و مختلف، می‌تواند جالب توجه باشد. این مطالعه مقطعی است یعنی متغیرها را در یک نقطه از زمان اندازه‌گیری می‌کند؛ بنابراین مطالعات آتی باید اعتبار مدل پیشنهاد شده را با یک تحلیل جغرافیایی آزمایش کنند. همچنین تکرار این تحقیق در کشورهای مختلف و آزمایش تفاوت‌های احتمالی بین فرهنگی جالب توجه خواهد بود. خط تحقیقاتی دیگر می‌تواند دربردارنده متغیرهای دیگری همچون تجربه کاربر با اینترنت، تجربه خرید محصولات گردشگری توسط کاربر، ویژگی‌های شخصیتی مصرف‌کننده، تأثیر قیمت بر ارزش درک شده و ویژگی‌های اجتماعی-جمعیتی باشد.



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.