



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رفتار مصرف کننده در گردشگری: مفاهیم، اثرات و فرصت ها

عنوان انگلیسی مقاله :

**Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences
and opportunities**

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

Conclusion

In this article we review the CB-related literature in three major tourism journals from 2000 to 2012, alongside some seminal works from both tourism and the wider CB and marketing fields. We provide a contemporary and extensive review of recent advances in the key conceptual approaches that have been used for understanding CB in the field of tourism: decision-making, values, motivations, self-concept and personality, expectations, attitudes, perceptions, satisfaction and trust and loyalty. Our review furthermore examines how three crucial external influences, namely technology, Generation Y and a rise in concern over the ethics of consumption, are impacting upon tourism CB. Along the way, we identify several research opportunities in these areas that tourism CB research should address. Finally, as part of our aim to contribute to the literature on a future research agenda for the study of CB in tourism, we complement our review with an identification and discussion of research opportunities on the topics of group and joint decision-making, under-researched segments, cross-cultural issues in emerging markets, emotions and consumer misbehaviour.

نتیجه گیری

در این مقاله ادبیات مربوط به CB را در سه مجله اصلی گردشگری از سال 2000 تا 2012 به همراه برخی آثار اصلی هم از گردشگری و هم CB گسترده تر و زمینه های بازاریابی مرور کرده ایم. ما مرور معاصر و گسترده ای از پیشرفت های اخیر در رویکردهای اساسی فراهم کرده ایم که برای درک CB در زمینه گردشگری مورد استفاده بوده است: تصمیم گیری، ارزش ها، انگیزه ها، خود پنداری و شخصیت، انتظارات، نگرش ها، ادراک، رضایت و اعتماد و وفاداری. بعلاوه مرور ما بررسی می کند که چگونه سه اثر خارجی اساسی یعنی فناوری، نسل Y و افزایش در نگرانی اخلاق مصرف، بر CB گردشگری تاثیر می گذارد. در همین راستا، چندین فرصت تحقیق در این زمینه فراهم کرده ایم که تحقیق CB گردشگری باید به آن بپردازد. در نهایت، به عنوان بخشی از هدفمان در کمک به ادبیات در برنامه کاری تحقیقات آینده برای مطالعه CB در گردشگری، مرورمان را با شناسایی و بحث فرصت های تحقیق در مورد موضوعات تصمیم گیری گروه و مشترک، بخش های تحت تحقیق، مسائل میان فرهنگی در بازارهای نوظهور، احساسات و سرفهتار مصرف کننده تکمیل کرده ایم.

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.

همچنین برای جستجوی ترجمه مقالات جدید [اینجا](#) کلیک نمایید.

