



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رقابت پذیری در مقابل کیفیت خدمات، بعنوان دو محرک وفاداری مشتری که
تأثیر خود را با وساطت ادراک های مقررات و پایداری در بازارهای پایدار
و فرار ایجاد میکنند

عنوان انگلیسی مقاله :

Competitiveness vis-à-vis service quality as drivers of customer
loyalty mediated by perceptions of regulation
and stability in steady and volatile markets



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

7. Conclusion

Our study advances the general understanding of customer loyalty in financial services by the incorporation of customer perceptions of competitiveness, risk, regulation and stability, moving away from modelling customer loyalty based primarily on customer satisfaction with service quality. The key finding in this study is that competitiveness is capable of explaining customer loyalty in both steady and volatile markets for domestic retail banking. The study suggests that competitiveness in the financial services industry impacts both behavioral loyalty and future intentions mediated by perceptions of regulation. In contrast, the other hypothesized mediator, perceptions of stability played a surprisingly unimportant role, given that the study investigated customer loyalty in financial services. The study provides empirical support for theoretical arguments that service quality does not fully explain customer loyalty.

۷- نتیجه گیری

مطالعه ما درک عمومی در مورد وفاداری مشتری در خدمات مالی را توسط شامل سازی تصورات (ادراک های) مشتری از رقابت پذیری، ریسک، مقررات و پایداری، و همچنین حرکت از مدلسازی وفاداری مشتری بر مبنای رضایت مشتری به سوی کیفیت خدمات افزایش می دهد. یافته کلیدی این مطالعه اینست که رقابت پذیری قابلیت توضیح وفاداری مشتری را در هر دو بازار پایدار و فرار برای بانکداری داخلی خرد دارا می باشد. این مطالعه پیشنهاد می کند که رقابت پذیری در صنعت خدمات مالی بر روی وفاداری رفتاری و اهداف آینده تأثیر می گذارد و این تأثیر با وساطت ادراک های مقررات انجام می گیرد. برعکس، با توجه به وفاداری مشتری بررسی شده در خدمات مالی، واسطه فرض شده دیگر (ادراک های پایداری) نقش غیرمهمی را بازی می کرد. این مطالعه پشتیبانی تجربی را برای بحث های تئوری فراهم می سازد که کیفیت خدمات، وفاداری مشتری را بطور کامل توضیح نمی دهد.



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.