



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بررسی پیش-آغازین پذیرش مشتری در مورد
بیمه نامه مبتنی بر مصرف وسایل نقلیه

عنوان انگلیسی مقاله :

**A pre-launch exploration of customer acceptance
of usage based vehicle insurance policy**

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

Findings and conclusions

In this study out of five hypotheses tested using structural equation modelling, three were found significant. The perceived social benefits as well as perceived privacy risks were not found to have significant relation with customer acceptance intentions. The significant observations from the analysis are:

- Acceptance intentions of the customer are significantly linked to perceived individual benefits, perceived easiness in understanding policy terms and perceived value on acceptance.
- The perceived ease of understanding ($\beta = 0.43$) and perceived individual benefits ($\beta = 0.36$) appear to be a stronger predictor of acceptance intentions than perceived value ($\beta = 0.15$) which was significant only at 0.05 level.
- Acceptance intentions are not influenced by perceived privacy risk or perceived social benefits.
- All the indicators used to measure the various

constructs used in the study were found relevant as corresponding 'p' values after estimation were found to be less than 0.05.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می باشد. 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.

یافته ها و نتیجه گیری

در این تحقیق از پنج فرضیه ای که با استفاده از مدلسازی معادله ی ساختاری آزموده شد، سه تا از آنها معنی دار بودند. منافع اجتماعی درک شده و همچنین خطرات حفظ حریم خصوصی رابطه ی معنی داری با تمایلات پذیرش مشتری نداشتند. مشاهدات معنی دار حاصله از تجزیه و تحلیل ها موارد زیر هستند:

- تمایلات پذیرش مشتری ها بطور معنی داری با منافع فردی درک شده، سهولت فهم شرایط بیمه نامه ی درک شده و ارزش درک شده در پذیرش مرتبط است.
- نشان داده شد که سهولت فهم درک شده ($\beta = 0.43$) و منافع فردی درک شده ($\beta = 0.36$) پیش بینی کننده های قوی تری برای تمایلات پذیرش نسبت به ارزش درک شده ($\beta = 0.15$) که تنها در سطح 0.05 معنا دار بود، هستند.
- تمایلات پذیرش توسط خطر حفظ حریم خصوصی درک شده یا منافع اجتماعی درک شده تحت تاثیر قرار نمی گیرند.
- تمامی شاخص های استفاده شده برای ارزیابی سازه های گوناگون استفاده شده در این مطالعه در مقادیر "p" مربوطه، بعد از اینکه نشان داده شد که تخمین ها کمتر از 0.05 بودند، مرتبط بودند.