



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی درک شده و ارزش ویژه برند:
رویکرد سیستم معادلات همزمان

عنوان انگلیسی مقاله :

The relationship between perceived e-service quality and
brand equity: A simultaneous equations system approach



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. Managerial implications and concluding remarks

5.1. Managerial implications

As little research examines the relationship between service quality and brand equity in the online banking environment, this study intends to bridge the gap by proposing a hierarchical model to conceptualize the quality of e-service and investigating relations among perceived e-service quality, trust, satisfaction, loyalty, and brand equity. Since it is inappropriate to assume particular causal relationships for psychological factors, including trust, satisfaction, and loyalty, we have proposed the simultaneous equations system approach to expand the traditional path pattern of the satisfaction-loyalty chain to analyze the simultaneous relationships between trust and loyalty, and between satisfaction and loyalty. The significant simultaneous relationships are confirmed by our data and suggest that these relationships must be determined simultaneously, rather than sequentially. The major findings and managerial implications are summarized and stated as follows.

5. مفاهیم مدیریتی و نتیجه ی ملاحظات

5.1. مفاهیم مدیریتی

بدلیل اینکه پژوهش های اندکی به بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و کیفیت برند در محیط بانکداری آنلاین می پردازد، این پژوهش قصد دارد این شکاف را با پیشنهاد یک مدل سلسله مراتبی جهت تفهیم کیفیت خدمات الکترونیکی و بررسی روابط میان کیفیت خدمات الکترونیکی ادراک شده، اعتماد، رضایت مندی، وفاداری، و کیفیت برند، پر کند. از آنجا که نامناسب است که فرضیه ی روابط سببی ویژه برای عوامل روانی، از جمله اعتماد، رضایت، و وفاداری نامناسب است، ما رویکرد سیستم معادلات همزمان را جهت گسترش الگوی زنجیره ای مسیر کلاسیک رضایت مندی-وفاداری را برای آنالیز همزمان روابط بین اعتماد و وفاداری، و بین رضایت و وفاداری پیشنهاد کردیم. روابط مهم همزمان توسط داده های ما تایید شده اند و ثابت شده است که این روابط، به جای تعیین متوالی باید به طور همزمان تعیین شوند. مهمترین یافته ها و مفاهیم مدیریتی به شرح زیر خلاصه شده است.



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.