

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نام تجاری و وفاداری برند در خدمات فن آوری

## محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 4، شماره 40 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

عباس نجفی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

تاثیر نام تجاری و وفاداری برند در خدمات فن آوری در صنعت بیمه یکی از موضوعاتی است که باید بیشتر به آن توجه شود. ما در این مقاله سعی داشتیم تا به بررسی و تحلیل این موضوع در چارچوب تئوری و تحلیل آماری بپردازیم. جهت نمونه گیری در تحقیق حاضر از روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شده است. ما با استفاده از Smart PLS به تحلیل توصیفی و استنباطی داده های تحقیق پرداختیم. تمامی فرضیه های مورد تایید واقع شده اند. با توجه به نتیجه تحلیل ماری به این نتیجه رسیدیم که نام تجاری و وفاداری بر خدمات فن آوری تاثیر مستقیم و مثبتی دارد.

## کلمات کلیدی:

نام تجاری، وفاداری، کیفیت خدمات، اعتماد، تعهد، فناوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1272812>

