



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مکانیسم ها و فرهنگ نوآوری و اثرات آنها بر روی تجارت الکترونیکی

عنوان انگلیسی مقاله :

Innovation Culture and Mechanisms and Their Effects
on Developing E-Business



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

نتیجه گیری

Conclusion

In the present world, economic structure of the world tends to knowledge orientation for the advent of new information technologies [Chen 2004]. All industries are influenced by information technologies and e-business. Thus, understanding e-business mechanisms receives great importance [Parry 2007]. To develop e-business, embedding innovation culture at all social sections is necessary to turn innovative ideas into practice. For this purpose, factors like research and development, education system, and trust can be concerned. Innovation adoption is the first step. According to Rogers (1995), 5 factors of compatibility, complexity, innovation advantage, observability, and testability should be regarded in the case of innovation at individual and organizational levels to lead to its better adoption and e-business development. Then the conceptual model of the study was represented and the hypotheses were tested. Testing and confirming H1, it was concluded that innovation at organizational level leads to staff awareness of e-business mechanisms.

در جهان کنونی، ساختار اقتصادی جهان تمایل به دانش در مورد ظهور فناوری اطلاعات جدید دارد. تمام صنایع، متأثر از فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک می‌باشند. بنابراین درک مکانیسم‌های تجارت الکترونیک اهمیت زیادی دارد. توسعه‌ی تجارت الکترونیک، تعبیه‌ی فرهنگ نوآوری در تمام بخش‌های اجتماعی برای تبدیل ایده‌ی نوآوری به عمل مورد نیاز می‌باشد. برای این منظور، فاکتورهایی مانند توسعه و تحقیق، سیستم آموزش، و اعتماد می‌توانند مهم باشند. اتخاذ نوآوری اولین مرحله می‌باشد. بر اساس گفته‌ی راجرز، 5 فاکتور سازگاری، پیچیدگی، مزیت نوآوری، قابلیت مشاهده، و آموزش‌پذیری باید در حالت نوآوری در سطح فردی و سازمانی برای ایجاد اتخاذ یا وفق بهتر و توسعه‌ی تجارت الکترونیک باید در نظر گرفته شوند. سپس مدل مفهومی در این مطالعه نشان داده شد و فرضیه‌ها آزمایش شدند. آزمایش و تایید H1، نتیجه شد که نوآوری در سطح سازمانی منجر به آگاهی کارکنان در مورد مکانیسم‌های توسعه‌ی تجارت الکترونیک می‌شود. همچنین به دلیل نقش میانجی تحصیل بین نوآوری سازمانی و توسعه‌ی تجارت الکترونیک تایید شد، نتیجه شد که استفاده از فناوری‌های تحصیلی در سازمان‌ها، می‌تواند بر نوآوری سازمانی و توسعه‌ی تجارت الکترونیک تاثیر بگذارد.



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.