



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

ارزیابی امنیت درک شده در استفاده از وبسایت
تجارت الکترونیک B2C: مشخصات و اعتباریابی

عنوان انگلیسی مقاله :

Measuring perceived security in B2C electronic commerce
website usage: A respecification and validation



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

4. Conclusions and implications

4. نتیجه‌گیری و الزامات

This study makes two important contributions to IS research. First, we both identify and validate three important dimensions of perceived security. Compared to prior studies that use measures of perceived security that tend to capture only one dimension or are dominated by only one dimension, the inclusion of these dimensions in the measure of perceived security is more consistent with the way this construct has been conceptualized in earlier studies. Moreover, this inclusion should encourage more detailed analyses that include the impact of each dimension on other important variables in the model. For instance, previous studies have demonstrated that perceived security positively impacts customers' intention to use B2C e-commerce websites [66]. Yet, knowledge that perceived confidentiality, perceived availability, and perceived non-repudiation are valid dimensions of perceived security should reveal a more detailed understanding of how each component of perceived security impacts buyer intentions. Recognition of the major dimensions of perceived security provides researchers an opportunity to add depth to their analyses and highlight the significance of each of these dimensions for improving customers' intentions.

این تحقیق، دو ویژگی مهم پژوهش IS را شکل می‌دهد. ابتدا، سه جنبه مهم امنیت درک شده را مشخص و تأیید می‌کنیم. در مقایسه با پژوهش‌های پیشین که از مقیاس امنیت درک شده برای در بر گرفتن فقط یک جنبه یا غلبه بر فقط یک جنبه دیگر استفاده می‌شود، لحاظ کردن این ابعاد در مقیاس امنیت درک شده با شیوه‌ای که برای مفهوم‌سازی این ساختار در مطالعات پیشین به کار رفته است همخوانی دارد. به هر حال، این روند، تحلیل جامع‌تری را به دنبال دارد که شامل تأثیر هر یک از این ابعاد بر متغیرهای مهم مدل است. مثلاً مطالعات پیشین نشان داده‌اند امنیت درک شده، تأثیر مثبتی بر تمایل مشتری به استفاده از وبسایت‌های تجارت الکترونیک دارد. هنوز هم این که رازداری درک شده، قابلیت دسترسی درک شده و عدم انکار درک شده، ابعاد مورد تأیید امنیت درک شده هستند درک کاملی از چگونگی تأثیر هر یک از مولفه‌های امنیت درک شده بر تمایلات خریدار را نشان می‌دهد. شناسایی ابعاد اصلی امنیت درک شده، فرصتی در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهد تا تحلیل‌های خود را توسعه داده و معناداری هر یک از این ابعاد را برای بهبود تمایلات مشتری مشخص کنند.



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.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.