

## عنوان مقاله:

شناسایی و دسته بندی عوامل موثر بر رونق تجارت الکترونیک برای محصولات کشاورزی با تاکید پایداری کشاورزی

## محل انتشار:

مجله دانش کشاورزی و تولید پایدار، دوره 30، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

شهرز خرمی - &#39#039# گروه اقتصاد کشاورزی کرج

حسین راحلی - گروه توسعه و ترویج کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تبریز

دنیا بایزید - گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه ساری، ایران

## خلاصه مقاله:

چکیده اهداف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر رونق تجارت الکترونیک برای محصولات کشاورزی در محیط تجارت جهانی با تاکید بر پایداری کشاورزی انجام پذیرفت. بدین منظور با استفاده از جمع شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به شناسایی و دسته بندی عوامل موثر بر رونق تجارت الکترونیک برای محصولات کشاورزی در سال ۱۳۹۷-۹۸ پرداخته است. مواد و روش‌ها: جامعه آماری پژوهش حاضر، شرکت‌ها و متخصصین فعال در تجارت الکترونیک بودند، که از ۲۳۶ شرکت شناسایی شده ۹۴ مورد با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد و نمونه‌ها به صورت کاملا تصادفی اطلاعات جمع‌آوری گردید. جهت جمع‌آوری داده از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق از روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون فریدمن استفاده گردیده است. یافته‌ها: در این تحقیق روایی سوالات پرسشنامه توسط متخصصان حوزه بررسی و جهت آگاهی از پایایی پرسشنامه از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شد که به میزان ۰/۸۲/ مورد تایید قرار گرفت. در این تحقیق عوامل موثر بر تجارت الکترونیکی با روش تحلیل عاملی اکتشافی شناسایی شد که جنبه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، آموزشی، ویژگی‌های محصول، زیست محیطی، زیرساختی و امنیتی و بازاریابی شامل می‌شد. نتیجه‌گیری: نتایج تحقیق نشان داد، مجموع عوامل موثر بر تجارت الکترونیکی که شامل ۲۵ عامل بود در هشت گروه قابل دسته بندی است و آزمون فریدمن نیز ترتیب آنها را نشان داد که به ترتیب که به ترتیب شامل عوامل موثر اقتصادی، سیاسی، آموزشی، ویژگی‌های محصول، زیست محیطی، زیرساختی و امنیتی و بازاریابی می‌باشند.

## کلمات کلیدی:

کشاورزی پایدار، تجارت الکترونیک، محصولات کشاورزی، تحلیل عاملی اکتشافی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1592532>

