

عنوان مقاله:

زمینه های بکارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در مدیریت بازاریابی محصولات گلخانه ای (استان سیستان و بلوچستان
-1390)

محل انتشار:

اولین همایش ملی کاربرد علوم و فناوریهای نوین در کشاورزی و منابع طبیعی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمد غفوریان - دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند، ایران

کوروش روستا - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی زمینه های بکارگیری ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در مدیریت بازاریابی محصولات گلخانه ای می باشد. این تحقیق از نظر ماهیت دادهها، تحقیقی کمی بوده و گذشته نگر است نظر به این که نتایج تحقیق بلافاصله می تواند در اختیار تصمیم گیران و متولیان بخش کشاورزی و فن آوری اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته و در سطوح استانی بکار گرفته شود، تحقیق را از نوع کاربردی نیز می توان نامید. از نظر روش اجراء تحقیق حاضر توصیفی وهمبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی و سازمان بازرگانی استان سیستان و بلوچستان می باشد. و روش نمونه گیری تصادفی ساده است. تعداد کل افراد جامعه آماری 375 نفر می باشد. برای برآورد حجم نمونه آماری از جدول کوکران برای جمعیت های کوچک استفاده گردید که با درجه خطای 5 درصد حجم نمونه 194 نفر تعیین گردید که از این تعداد 188 پرسشنامه بدون نقص و کامل جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل گردید. یافته های بخش توصیفی در ارتباط با اولویت بندی میزان دسترسی به فناوری اطلاعات و بازاریابی محصولات گلخانه ای نقش موثر داشته اند، که شامل متغیرهای میزان دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیرساخت های اطلاعاتی و ارتباطی سابقه کار و نگرش به فناوری های اطلاعات می باشد. نتیجه رگرسیون چند گانه نشان می دهد که میزان 89 درصد تغییرات متغیر وابسته (زمینه های بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدیریت بازاریابی محصولات گلخانه ای) توسط چهار متغیر یاد شده تبیین شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت بازاریابی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، محصولات گلخانه ای سیستان و بلوچستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/259016>

