

## عنوان مقاله:

بازاریابی الکترونیکی و تاثیر آن در فروش محصولات کشاورزی در استان آذربایجان غربی

## محل انتشار:

چهارمین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

مریم سرداری کاوکانی - مدرس گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه پیام نور ارومیه

هادی آقامحمدی - دانشجوی کارشناسی پیوسته مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، ارومیه، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این مقاله بازاریابی الکترونیکی و تاثیر آن در فروش محصولات کشاورزی در استان آذربایجان غربی محصول سیب و انگور در شهر ارومیه می باشد. این تحقیق از لحاظ روششناسی یک تحقیق کاربردی محسوب میشود. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، از روش سرشماری استفاده می شود و همه آنها انتخاب می شوند. برای جمع آوری اطلاعات با استفاده از مصاحبه از کارشناسان و نخبگان و تهیه پرسشنامه ارجحیت بندی عوامل و شاخصهای موثر بر بازاریابی الکترونیک در محصولات کشاورزی، پرسشنامه ها در جامعه نمونه توزیع و گردآوری شد و سپس با استفاده از نرم افزار Expert choice مورد تحلیل قرار گرفتند. یافته های پژوهش نشان داد که مهمترین معیار عوامل درون سازمانی با ضریب 0/863 می باشد، سپس به ترتیب عوامل مرتبط با وبسایت شرکت ها با ضریب 0/232، عوامل مرتبط جهانی 0/200 و عوامل مرتبط با محیط بیرونی 0/050 خواهد بود.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی الکترونیکی، محصول سیب و انگور، شهر ارومیه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/802148>

