

عنوان:
**بررسی نگرش کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در
بخش کشاورزی**

امیر نعیمی*
دانش آموخته ترویج و آموزش کشاورزی
دانشگاه تربیت مدرس

فاطمه حسینی
دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی
دانشگاه تربیت مدرس

غلامرضا پزشکی راد
دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

* مشخصات مکاتبه کننده:
نام و نام خانوادگی: امیر نعیمی
شماره تلفن: ۰۹۱۲۲۴۲۲۵۹۶
پست الکترونیکی: eng.anaeimi@yahoo.com
آدرس: زنجان - خرم دره - خیابان امام خمینی - بلوار امیرکبیر - پلاک ۶

چکیده

هدف این تحقیق بررسی نگرش کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی بود. این تحقیق به روش پیمایشی انجام شد و از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری مورد نظر شامل کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی بودند ($N=95$) که از این تعداد ۷۶ نفر با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تناسبی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که روایی محتوایی آن توسط پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی مورد بررسی، اصلاح و تایید قرار گرفت. ضریب اعتبار (کرونباخ آلفا) پرسشنامه پس از انجام آزمون پیش آهنگی $0/86$ بدست آمد. یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد که سطح نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی متوسط می باشد و بیش از نیمی از آنها به طور نسبی با مقوله تجارت الکترونیک آشنا هستند به طوری که از این لحاظ کارشناسان زن و مرد همگون می باشند. نتیجه حاصل از مقایسه میانگین‌ها نشان داد متغیر وضعیت تاهل در نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی موثر است. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که هیچ همبستگی معنی داری بین نگرش کارشناسان و ویژگی‌های فردی و حرفه ای آنها وجود ندارد.

کلمات کلیدی: نگرش، کارشناسان ستادی، توسعه تجارت الکترونیک، بخش کشاورزی

مقدمه

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات محور توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای مختلف قرار گرفته است. تجارت الکترونیکی یکی از نمودهای عینی انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه های اقتصادی است. ظهور اینترنت و تجاری شدن آن در دهه های اخیر شیوه های سنتی تجارت را متحول نموده است. تجارت الکترونیکی انقلابی در شیوه ها و رویه های تجاری گذشته ایجاد کرده و سرعت و صرفه جویی را در بهترین وجه ممکن جامه عمل پوشانده است (Wen, 2007). تجارت الکترونیکی با رفع موانع فراروی تجارت بین ملل روند تجارت جهانی را تسریع می نماید تجارت الکترونیکی از مزایا و پیامدهای اقتصادی مهمی از قبیل: گسترش بازار، کاهش قیمت منابع تولید، ارتقاء بهره وری، کاهش هزینه های مبادلاتی، ایجاد اشتغال و کاهش تورم برخوردار بوده و از در رشد درون زای اقتصادی نقش محوری دارد (حاجی هاشمی، ۱۳۸۶). تجارت الکترونیکی نوعی تجارت بدون کاغذ است که صرفه جویی در زمان، هزینه و نیروی انسانی را به دنبال داشته و شاخص های بهره وری را افزایش داده است (Saban, 2000).

یکی از مشکلات چرخه تولید محصولات کشاورزی موضوع بازاریابی و دسترسی به خریدار می باشد که این امر نیز به دلیل پراکندگی مناطق کشاورزی و دوری آنها از مراکز فروش می باشد (Guo and Zhao, 2001). از دیگر معضلات تولید محصولات کشاورزی عدم اطلاع کافی از تقاضای بازار است روستائیان کشاورز به علت دوری از بازار تقاضا نمی توانند به خوبی تقاضای محصولات کشاورزی را برآورد کنند و بر اساس تقاضای بازار به تولید بپردازند در نتیجه گاهی شاهد آن هستیم که در یک سال با عرضه زیاد محصولی و در عین حال در محصول یا محصولاتی با افزایش عرضه (کمبود و افزایش تقاضای بازار عرضه چند محصول در یک دوره زمانی) مواجه هستیم. این امر می تواند ناشی از دور ماندن و عدم اطلاع کشاورزان از بازار تقاضای واقعی است (Guo and Zhao, 2001). اهمیت توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی زمانی نمود بیشتری پیدا می کند که دریابیم مسئله تولید غذا یکی از پردغدغه ترین معضل دولت ها و مردم جهان است و افزایش دانش اطلاعات نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی یکی از محدود راههای کسب موفقیت به حساب می آید (Levenborg, 2005). با این توضیح، یکی از سازوکارهایی که می تواند در زمینه حل و یا کاهش این مشکلات در عرصه کشاورزی سودمند باشد رشد و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه تجارت الکترونیک می باشد که با انجام مطالعات و تحقیقات مختلف در زمینه توسعه این فناوری بستر مناسب برای رشد آن فراهم نمود. شایان ذکر است با توجه اینکه در حال حاضر یکی از رسالت های مهم ترویج و آموزش کشاورزی شناسایی و اشاعه نوآوری ها و فناوری های نوین در بخش کشاورزی می باشد بنابراین محققان این رشته می توانند برخی از مطالعات خود را بر بررسی های جوانب مختلف فناوری های نوین معطوف نمایند. در این راستا مطالعات مختلف و متعددی انجام شده است که در اینجا به برخی از آنها که مرتبط با موضوع این تحقیق است اشاره می شود: حاجی هاشمی (۱۳۸۶) در تحقیق خود به این نتایج رسید که نگرش کنشگران ترویج نسبت به بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در حد متوسط می باشد و متغیرهای سن و سابقه خدمت با نگرش کنشگران ترویج همبستگی منفی دارند و همچنین بین جنسیت کنشگران و نگرش آنها نسبت به بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات اختلاف معنی داری وجود ندارد. مانینگاس و مانسبو^۱ (۲۰۰۲) در مطالعه ای نشان دادند که بین میزان آشنایی افراد با فناوری اطلاعات و ارتباطات، مزایای استفاده از ICT و نگرش آنها نسبت به توسعه این فناوری همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. المترف^۲ (۲۰۰۰) در پژوهش خود اختلاف معنی داری بین جنسیت دانشجویان و نگرش آنها نسبت به استفاده از اینترنت بدست

¹ Maningas and Mancebo

² Al – Motrif

آورد به طوریکه تحصیلات افراد نیز در میزان استفاده آنها از اینترنت تاثیرگذار است. میلر و میلر (۲۰۰۰) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین سابقه شغلی و نگرش افراد نسبت به کاربرد فناوری اطلاعات همبستگی مثبتی وجود دارد. یعقوبی و شمسایی (۲۰۰۴)، کریمی و همکاران (۱۳۸۶)، زانگ^۳ (۱۹۹۹) در تحقیق خود به وجود نگرش مثبت در بین پاسخگویان نسبت به فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی اشاره کرده اند. سلطانی (۱۳۸۳) در تحقیقی به این نتیجه دست یافت که بین میزان آشنایی اعضای هیات علمی با فناوری اطلاعات و عواملی از قبیل: سن، جنس، وضعیت تاهل و تحصیلات رابطه معنی داری وجود ندارد ولی بین نگرش اعضای هیات علمی و میزان آشنایی آنها با فناوری اطلاعات همبستگی مثبت وجود دارد. فلکی (۱۳۸۵) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که بین جنسیت کارشناسان و نگرش آنها نسبت به کاربرد فناوری اطلاعات اختلاف معناداری وجود دارد به طوریکه کارشناسان زن نگرش بهتری نسبت به مردان نسبت به کاربرد این فناوری دارند همچنین در این مطالعه، همبستگی مثبت و معنی داری بین میزان تحصیلات و نگرش کارشناسان ترویج نسبت به کاربرد فناوری اطلاعات مشاهده شد و بین سن و میزان آشنایی کارشناسان با فناوری اطلاعات همبستگی منفی و بین میزان تحصیلات کارشناسان ترویج و میزان آشنایی با فناوری اطلاعات همبستگی مثبت مشاهده شد. رسولی آذر (۱۳۸۳) در مطالعه ای اختلاف معنی داری بین نگرش زنان و مردان نسبت به فناوری اطلاعات مشاهده نکرد و به این نتیجه رسید که وضعیت اشتغال افراد در نگرش آنها نسبت به بکارگیری فناوری اطلاعات تاثیری ندارد. همچنین رسولی آذر و صدیقی (۱۳۸۷) در تحقیقی سطح نگرش کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی را نسبت به فناوری اطلاعات در سطح نسبتاً خوب ارزیابی کردند و به وجود اختلاف معنی داری بین جنسیت کارشناسان و نگرش آنها نسبت به فناوری اطلاعات دست یافتند. موحد محمدی و ایروانی (۱۳۸۱) در پژوهشی نشان دادند که بین جنسیت، سن و نگرش افراد نسبت به کاربرد اینترنت همبستگی معنی داری وجود دارد.

شایان ذکر است توجه به نگرش ذینفعان در رابطه با توسعه فناوری های نوین از جمله تجارت الکترونیک یک فاکتور کلیدی در پیشبرد اهداف این فناوری ها محسوب می شود (واتسون^۴، ۱۹۹۸). به طوریکه مریسوتیس^۵ (۲۰۰۱) و راجرز (۱۹۹۵) نگرش ذینفعان هر نوآوری را یک عنصر کلیدی در پذیرش و انتشار آن می دانند. بنابراین این تحقیق قصد دارد نگرش کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی را نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی مورد بررسی قرار دهد. اهداف اختصاصی تحقیق عبارتند از:

- توصیف ویژگی های فردی و حرفه ای کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی؛
- توصیف نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی؛
- بررسی تاثیر برخی ویژگی های شخصی و حرفه ای کارشناسان بر نگرش آنها؛
- همبستگی بین متغیرهای تحقیق و نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی؛

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی است برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی تشکیل دادند (N=۹۵). برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) استفاده شد (n=۷۶). ولی به منظور رسیدن به نتایج دقیق تر در تحقیق، تعداد نمونه ۸۰ نفر افزایش یافت. برای انتخاب افراد نمونه روش نمونه گیری طبقه ای تناسبی در دستور کار قرار گرفت. ابزار تحقیق پرسشنامه بود متغیر وابسته تحقیق، نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی بود که در

³ Zang

⁴ Watson

⁵ Merisotis

قالب طیف لیکرت پنج قسمتی (۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی‌نظم، ۴: موافقم و ۵: کاملاً موافقم) سنجیده شد و متغیرهای مستقل را میزان آشنایی کارشناسان با تجارت الکترونیک، تعداد کلاس‌های آموزشی شرکت کرده در رابطه با موضوع، سن، سابقه اشتغال، تحصیلات (سواد)، جنسیت، وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال و داشتن سمت اجرایی تشکیل دادند. روایی محتوی ابزار تحقیق با استفاده از نظرات جمعی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی در دانشگاه تربیت مدرس پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری مورد تایید قرار گرفت و اعتبار پرسشنامه نیز با انجام آزمون پیشاهنگ^۶ تعیین شد و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ مقدار کرونباخ آلفا ۰/۸۶ محاسبه گردید که نشان دهنده اعتبار بالای سوالات پرسشنامه است. جهت توصیف پراکندگی نگرش افراد، با توجه به اینکه پاسخ‌ها در دامنه بین یک (کاملاً مخالفم) و پنج (کاملاً موافقم) قرار داشتند میزان نگرش با استفاده از فرمول ISDM^۷ به چهار طبقه ذیل تقسیم شد [۶] و برای نمایش نتایج بدست آمده از این فرمول با استفاده از نرم افزار Microsoft Excel 2003 شاخصی طراحی شد که در قسمت نتایج آمده است.

$$\begin{aligned}
 A &= \text{نگرش ضعیف} : A \leq \text{Mean} - \text{Sd} \\
 B &= \text{نگرش متوسط} : \text{Mean} - \text{Sd} \leq B \leq \text{Mean} \\
 C &= \text{نگرش خوب} : \text{Mean} \leq C \leq \text{Mean} + \text{Sd} \\
 D &= \text{نگرش عالی} : \text{Mean} + \text{Sd} \leq D
 \end{aligned}$$

یافته ها

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای متخصصان

یافته‌های حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که میانگین سنی افراد ۴۱/۵ سال (انحراف معیار ۸/۳۲) می‌باشد که بیش از نیمی از کارشناسان (۵۷/۵ درصد) در گروه سنی کمتر از ۴۰ سال و کمتر از نیمی از آنها (۴۲/۵ درصد) بیش از ۴۰ سال سن دارند. در این مطالعه تعداد کارشناسان مرد دو برابر کارشناسان زن بدست آمد که حدود یک سوم کارشناسان (۷۴/۲ درصد) متاهل بودند. از نظر وضعیت اشتغال بیش از یک سوم کارشناسان (۷۸/۷ درصد) رسمی و کمتر از یک چهارم آنها (۲۱/۳ درصد) به طور پیمانی مشغول فعالیت بودند. میانگین سابقه اشتغال این افراد به طور میانگین ۱۷/۹۰ سال (انحراف معیار ۶/۴۰) بود که حدود یک سوم از کارشناسان (۳۲/۵ درصد) سابقه کاری کمتر از ۱۵ سال و کمتر از نیمی از آنها (۴۲/۲ درصد) سابقه ۲۰-۱۵ سال دارند و بیش از یک چهارم (۲۶/۳ درصد) از آنها بیش از ۲۰ سال سابقه اشتغال داشتند. همچنین بیش از نیمی از کارشناسان یعنی ۴۱ نفر (۵۵/۴ درصد) سمت اجرایی داشتند. از لحاظ سطح تحصیلات، ۴۷ نفر (۵۸/۸ درصد) دارای مدرک کارشناسی و ۳۳ نفر (۴۱/۲ درصد) مدرک کارشناسی ارشد بودند. میزان آشنایی اکثر کارشناسان با تجارت الکترونیک در سطح متوسط بود و بیش از نیمی از آنها (۵۲/۵ درصد، ۴۲ نفر) در بیش از ۴ کلاس آموزشی مرتبط با موضوع شرکت کرده بودند.

نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی

همانطور که در جدول ۱ آمده است، بالاترین الویت نگرش کارشناسان در رابطه با توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی توجه به وضعیت موجود کشاورزی برای انجام

^۶ Pilot Test

^۷ Interval of Standard Deviation from the Mean

این کار، گسترش ارتباطات بین اقشار مختلف می باشد به طوریکه با توجه به گسترش تکنولوژی های نوین با بکارگیری تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی موافق می باشند. و در زمینه عبث بودن توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی نگرشی مخالف را دارند همچنین در رابطه با اینکه در جریان توسعه تجارت الکترونیک کشاورزان بیشترین نقش را ایفا می کنند نیز نگرش مخالفی را از خود نشان داده اند و این بدیهی است که در روند توسعه یک فناوری کلیه ذینفعان باید مشارکت و نقش فعالی داشته باشند که نتیجه بدست آمده موید این موضوع است (جدول ۱).

جدول ۱- نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی (n=۸۰)

رتبه	انحراف ف معیار	میانگین ن	گویه
۱	۰/۵۶	۴/۲۸	توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی باید مطابق با وضعیت کشاورزی موجود صورت گیرد.*
۲	۰/۸۰	۴/۲۱	گسترش تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی باعث افزایش ارتباط کلیه قشرها و نهادهای مربوطه در سطح ملی و بین المللی، با توجه به پیشرفت تکنولوژی های گوناگون در بخش کشاورزی
۳	۰/۶۳	۴/۱۲	با بکارگیری و توسعه تجارت الکترونیک موافقم.*
۴	۰/۹۳	۴/۰۱	به طور کلی کاربرد فناوری اطلاعات و در راس آن تجارت الکترونیک حتی در صورتی که شرایط لازم جهت توسعه آن فراهم باشد کاری عبث می باشد.**
۵	۰/۷۷	۳/۹۶	در صورت توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی کشور، بیشترین نفع برندگان از آن کشاورزان و مشتریان محصولات
۶	۰/۸۸	۳/۵۷	با توجه به وجود مسائل و مشکلات متعدد در بخش کشاورزی، توسعه تجارت الکترونیک در این بخش بی فایده است.**
۷	۱/۱۳	۲/۹۲	با بکارگیری تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی و توسعه آن کلیه مشکلات مربوط به فروش محصولات کشاورزی حل خواهد
۸	۰/۹۴	۲/۸۹	در فرایند توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی بیشترین نقش را قشر کشاورزان ایفا می کنند.*

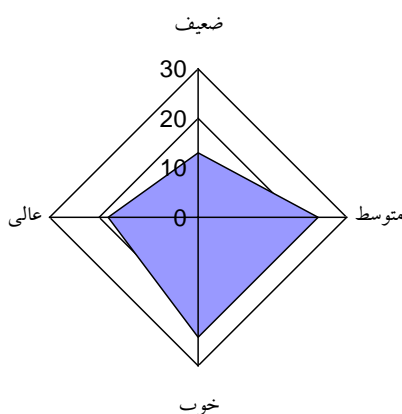
* ۱: کاملاً مخالف، ۲: مخالف، ۳: بی نظر، ۴: موافق، ۵: کاملاً موافق

** ۱: کاملاً موافق، ۲: موافق، ۳: بی نظر، ۴: مخالف، ۵: کاملاً مخالف

همانطور که در قسمت مواد و روش ها نیز گفته شد در تحقیق حاضر به منظور ارزیابی کیفی نگرش متخصصان با استفاده از روش ISDM سطوح نگرش به چهار طبقه تقسیم شده است. به طور کلی، حدود نیمی از متخصصان (۴۸/۸ درصد) نگرشی بین ضعیف و متوسط دارند و کمتر از نیمی از آنها (۴۱/۲ درصد) نگرش مثبت (بین خوب و عالی) نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی دارند با توجه به نتایج بدست آمده می توان نتیجه گرفت که نگرش اکثر کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در حد متوسط می باشد (جدول ۲). در شکل یک شاخص نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی به صورت شماتیک نشان داده شده است.

جدول ۲- نگرش کلی کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی (n=۸۰)

نگرش	فراوانی	درصد	درصد
ضعیف ($A \leq 3/31$)	۱۳	۱۶/۲	۱۶/۲
متوسط ($3/31 \leq B \leq 3/73$)	۲۶	۳۲/۵	۴۸/۸
خوب ($3/73 \leq C \leq 4/14$)	۲۴	۳۰	۷۸/۸
عالی ($4/14 \leq D$)	۱۷	۲۱/۲	۱۰۰



شکل ۱- شاخص نگرش کارشناسان ستادی نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی

تاثیر برخی از متغیرهای شخصی و حرفه ای کارشناسان بر روی نگرش آنها

به منظور مقایسه میانگین بین متغیرهایی چون جنسیت، داشتن سمت اجرایی مرتبط با تخصص خود و وضعیت اشتغال و وضعیت تاهل با توجه به دو سطحی بودن این متغیره و همچنین رتبه ای بودن متغیر بکارگیری گیاهان تراریخته از آزمون من وایت نی استفاده شد. نتایج حاصل از این آزمون نشان می دهد که بین متغیرهای جنسیت، وضعیت اشتغال، داشتن سمت اجرایی و نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی اختلاف معناداری مشاهده نگردید. به عبارتی دیگر، این متغیرها تاثیری در نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی ندارند. ولی بین متغیر وضعیت تاهل و نگرش کارشناسان اختلاف معناداری در سطح پنج درصد مشاهده گردید یعنی کارشناسان مجرد (میانگین رتبه ای ۴۳/۰) از نگرش مساعدتری در مقایسه با کارشناسان متاهل (میانگین رتبه ای ۲۸/۲۹) نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی برخوردار می باشند ($\text{Sig.} = ۰/۰۱۹$). $(Z = -۲/۳۴۱, U = ۵۷۴, \text{Sig.} = ۰/۰۱۹)$. به عبارتی دیگر متغیر وضعیت تاهل کارشناسان در نگرش آنها نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی موثر است (جدول ۶).

جدول ۳- مقایسه تاثیر برخی از متغیرهای شخصی بر روی نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک (n=۸۰)

متغیر گروه بندی	میانگین رتبه -	تعداد	ملاک Z	مقدار U	Sig.
جنسیت					
مرد	۴۱/۵۴	۷۹	-۰/۹۶۸	۵۳۹/۰	۰/۳۳۳
زن	۳۶/۰۰				
وضعیت					
مجرد	۴۳/۰	۷۶	-۲/۳۴۱*	۱۱۷/۰	۰/۰۱۹

تاهل	متاهل	۲۸/۲۹	۷۲	-۰/۴۸۸	۵۷۴	۰/۶۲۶
سمت	بلی	۳۵/۵۵	۷۲	-۰/۴۸۸	۵۷۴	۰/۶۲۶
احرام،	خیر	۳۸/۰	۷۲	-۰/۴۸۸	۵۷۴	۰/۶۲۶
وضعیت	رسمی	۳۸/۹۳	۷۴	-۱/۰۵	۴۰۳/۰	۰/۲۹۲
اشتغال	پیمانی	۳۲/۷۱	۷۴	-۱/۰۵	۴۰۳/۰	۰/۲۹۲

*: $p \leq 0.05$

همچنین برای بررسی این که آیا کارشناسان زن و مرد از نظر میزان آشنایی به تجارت الکترونیک یکسان و همگون هستند از آزمون همگونی (آماره کای اسکویر پیرسون) استفاده شد نتایج حاصل از آزمون مشخص نمود با توجه به معنی دار نشدن آماره کای اسکویر، می توان نتیجه گرفت که کارشناسان زن و مرد در زمینه آشنایی با تجارت الکترونیک همگون می باشند.

جدول ۴- نتایج آزمون همگونی با استفاده از کای اسکویر				
آماره	مقدار	درجه آزادی	Sig.	تعداد
کای اسکویر پیرسون	۱۲۷/۱	۶	۰/۰۸۵	۸۰
	۱۱		.	

همبستگی بین متغیرهای تحقیق و نگرش کارشناسان نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی نتایج بدست آمده نشان می دهد که هیچ همبستگی معنی داری بین متغیرهای شخصی و حرفه ای کارشناسان و نگرش آنها نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی وجود ندارد (جدول ۵).

جدول ۵- همبستگی بین متغیرهای تحقیق با نگرش (n= ۸۰)				
متغیر	مقیاس	ضریب همبستگی	Sig.	
سن	فاصله ای	-۰/۰۰۷	۰/۹۵۲	
سابقه اشتغال	فاصله ای	۰/۰۱۱	۰/۹۲۵	
تحصیلات	رتبه ای	-۰/۰۰۳	۰/۹۷۷	
تعداد شرکت کلاس ها و دوره های آموزشی مرتبط	فاصله ای	۰/۱۲۸	۰/۲۵۸	
میزان آشنایی با تجارت الکترونیک	رتبه ای	۰/۰۳۵	۰/۷۵۶	

نتیجه گیری، بحث و پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده در این مطالعه، اکثر کارشناسان در گروه سنی جوان قرار داشتند که آشنایی آنها نسبت به تجارت الکترونیک در سطح متوسطی ارزیابی شد همچنین نگرش کارشناسان نیز در این زمینه در سطح متوسطی بود که که با نتایج بدست آمده در مطالعات (حاجی هاشمی، ۱۳۸۶)، (رسولی آذر و صدیقی، ۱۳۸۷)، (Yaghoubi and

(Shamsayi, 2004، (کریمی، مختارنیا و صفا، ۱۳۸۶) و (Zang, 1999) مطابقت دارد در این تحقیق جنسیت کارشناسان در نگرش آنها نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی نداشت که با نتایج تحقیقات (حاجی هاشمی، ۱۳۸۶)، (رسولی آذر، ۱۳۸۷) و (موحد محمدی و ایروانی، ۱۳۸۱) مطابقت دارد ولی با نتایج تحقیقات (AI-Motrif, 2000)، (رسولی آذر و صدیقی، ۱۳۸۷) و (فلکی، ۱۳۸۴) همخوانی ندارد. در این تحقیق همچنین، متغیرهای وضعیت اشتغال و داشتن سمت اجرایی در نگرش کارشناسان تاثیری نداشتند که با نتیجه مطالعه (رسولی آذر، ۱۳۸۷) مطابقت دارد. در این تحقیق فقط وضعیت تاهل کارشناسان بر روی نگرش آنها تاثیر دارد به طوریکه می توان گفت کارشناسان مجرد نسبت به کارشناسان متاهل از نگرش مساعدتری نسبت به توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی برخوردارند. با استفاده از آزمون همگونی (کای اسکویر پیرسون) نیز همگون بودن کارشناسان زن و مرد در رابطه با میزان آشنایی آنها با تجارت الکترونیک مورد تایید قرار گرفت بنابراین می توان نتیجه گرفت که میزان آشنایی کارشناسان زن و مرد با تجارت الکترونیک یکسان است که با نتیجه مطالعه (سلطانی، ۱۳۸۳) همخوانی دارد. در این تحقیق، بین متغیرهای شخصی و حرفه ای کارشناسان (از قبیل: سن، سابقه اشتغال، تحصیلات، تعداد شرکت کلاس ها و دوره های آموزشی مرتبط و میزان آشنایی با تجارت الکترونیک) با متغیر نگرش همبستگی معنی داری مشاهده نشد که با نتایج تحقیقات (حاجی هاشمی، ۱۳۸۶)، (فلکی، ۱۳۸۴)، (موحد محمدی و ایروانی، ۱۳۸۱) و (Levenborg, 2005) مطابقت دارد. و با نتیجه تحقیق (سلطانی، ۱۳۸۳) و (Maningas and Mancebo, 2002) مغایرت دارد. با توجه به نتایج بدست آمده می توان به پیشنهاد های زیر اشاره نمود:

- ۱- با توجه به اینکه اکثر کارشناسان در گروه سنی نسبتاً جوانی قرار دارند و میزان آشنایی و نگرش آنها نسبت به تجارت الکترونیک در سطح متوسطی قرار دارد برای بالا بردن این سطح می توان از برگزاری کلاس ها و دوره های آموزشی برای آنها بهره گرفت.
- ۲- با توجه به اینکه کارشناسان مجرد نگرش بهتری نسبت به کارشناسان متاهل نسبت به توسعه تجارت الکترونیک دارند می تواند از ایشان جهت ایجاد نگرش مثبت در سایر همکاران خود و همچنین کشاورزان دیر پذیر و همچنین انجام پروژه های مرتبط با موضوع بهره برد تا بتوان روند توسعه تجارت الکترونیک را در بین کلیه ذینفعان بهبود بخشید.
- ۳- با انجام یک سری مطالعات در چارچوب تحلیل SWOT می توان کلیه عوامل تاثیر گذار داخلی و خارجی بر توسعه تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی را شناسایی نمود تا بتوان مسیر هموارتری را جهت اقدامات بعدی در این زمینه طی نمود.

فهرست منابع مورد استفاده

- [۱] حاجی هاشمی، ز. (۱۳۸۶). بررسی و تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده پیرامون بکارگیری فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در ترویج کشاورزی از دیدگاه کنشگران ترویج استان اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی (چاپ نشده). دانشگاه تربیت مدرس.
- [۲] دژپسند، ف. (۱۳۸۲). اولین گزارش ملی تجارت الکترونیکی در ایران. معاونت برنامه ریزی و بررسی های اقتصادی. دفتر توسعه تجارت الکترونیکی. ویرایش دوم.
- [۳] رسولی آذر، س. (۱۳۸۳). بررسی میزان بکارگیری و قابلیت های فناوری اطلاعات در نظام کشاورزی. پایان نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی (چاپ نشده). دانشگاه تربیت مدرس.

[۴] رسولی آذر، س. و صدیقی، ح. (۱۳۸۷). «بررسی میزان نگرش و مهارت کارشناسان و محققان ستادی وزارت جهاد کشاورزی در زمینه فناوری اطلاعات». مجله ترویج و اقتصاد کشاورزی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات. (۱)۱.

[۵] سلطانی، ش. (۱۳۸۳). بررسی عوامل موثر بر کاربری فناوری اطلاعات در فعالیت های آموزشی و پژوهشی اعضای هیات علمی دانشگاه های شهید بهشتی و تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد آموزش بزرگسالان (چاپ نشده). دانشگاه شهید بهشتی.

[۶] صدیقی، ح. و کاخک، ا. (۱۳۸۴). «سنجش نگرش زعفران کاران نسبت به کشت و توسعه زعفران و بررسی مسائل و مشکلات آنها». تهران: مجله علوم کشاورزی. جلد: ۳۶. شماره ۳. صص. ۶۹۹-۶۸۹.

[۷] فلکی، م. (۱۳۸۴). تحلیل زمینه ها و عوامل پیش برنده و بازدارنده بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در نظام ترویج کشاورزی. پایان نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی (چاپ نشده). دانشگاه تهران.

[۸] کریمی، آ.، مختارنیا، م. و صفا، ل. (۱۳۸۶). «تحلیل عوامل موثر بر استفاده آموزشگران از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش های فنی و حرفه ای کشاورزی (مطالعه موردی زنجان)». مجله علوم کشاورزی ایران (ویژه اقتصاد و توسعه کشاورزی). ۲-۳۸ (۱).

[۹] موحد محمدی، ح. و ایروانی، ه. (۱۳۸۱). «الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده های کشاورزی ایران». مجله علوم کشاورزی ایران، جلد ۳۳. شماره ۴. صص. ۷۲۷-۷۱۷.

- [10] Al-Motrif, A. F. (2000). The Effect of College Student "Educational Level and Gender on Their Use of Internet as:(a) an Instruction Tool ,(b) a Research Tool ,(c) a Communication Tool ,(d) an Entertainment Tool. (Doctoral Dissertation, Ohio University, 2000). Digital Dissertations. UMI number 9985825.
- [11] Guo J.Q., Zhao, Q.H. (2001). « Introduction of Agricultural E-commerce. Computer and Agriculture». (2):18-20
- [12] Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). «Determining Sample size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement». 30. p. 608.
- [13] Levenborg, M. (2005). «Delivering customer value online: an analysis of practices applications, and performance. Available at: <http://www.elsevier.com/locate/jretcinser>». (12).319-320.
- [14] Maningas, R. V. and Mancebo, S. T. (2002). «Utilization of IT- based services and communication technology media by end-users of agricultural research and extension network in the Philippines». AFITA/WCCA joint congress on IT agriculture.
- [15] Merisotis, J. (2001). «Distance education in higher education institutions» [On Line]. Available at: <http://nces.ed.gov/pubs98/distance/98062-1.html>
- [16] Miller, G. and Miller, W. (2000). «A telecommunications network for distance learning: if IT's built, agricultural teacher use it?». Journal of agricultural education. 41(1). pp. 79-87.
- [17] Ragers, E. M. (1995). Diffusion of innovations (4th ed.). New York: The free press.
- [18] Saban, k. A. (2000). «Strategic preparedness: critical requirement to maximize ecommerce investment». Electronic markets. Vol.11. No.1. pp. 26-36.

- [19] Watson, D. M. (1998). Blame the techno centric artifact: What research tells us about problems inhibiting teacher use of it? In: G. Marshal and M. Ruohonen (Eds.). Capacity Building for IT in Education in developing countries. London: Chapman & hall. pp. 185-192.
- [20] Wen, W. (2007). «A knowledge-based intelligent electronic commerce system for selling agricultural products». Computers and Electronics in Agriculture. (57) .33–46.
- [21] Yaghoubi, J. and Shamsayi, E. (2004). «Assessing effective factors in using internet by faculty members of agricultural college of Zanjan university, Iran. Proceeding of the 20th annual conference of the association for international agricultural and extension education [On Line]» . Available at:
<http://www.aiaee.org/2004/accepted/088.pdf>
- [22] Zang, D. (1999). Using the internet for research: factors that affecting IT' adoption and utilization by doctoral student. Doctoral dissertation. University of Texas, USA.

Investigating Headquarter Experts with Ministry of Jihad-E-Agriculture Attitudes toward E-Commerce Development in Agriculture Sector

A. Naeemi¹, Gh. Pezeshki Rad², F. Hoseini¹

1: M.Sc. Students and 2: Associate Professor of Agricultural Extension & Education Department,
Tarbiat Modarres University

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate headquarter experts with Ministry of Jihad-E-Agriculture attitudes toward e-commerce development in agriculture sector. The research methodology followed a survey and descriptive-correlation method. The statistical population consisted of headquarter experts in the Ministry of Jihad-e-Agriculture (N=95) of whom 76 experts were chosen as a statistical sample by Krejcie and Morgan table and proportional stratified sampling method. Data was gathered via the use of questionnaire. The instrument validity was confirmed and corrected based on opinions of a panel of experts. A reliability analysis of questionnaire was conducted and alpha value was reported equal to 0.86. The descriptive result showed that experts' attitudes toward e-commerce development in agriculture sector were at medium levels. Most of experts (more than 50%) were relatively familiar with e-commerce and male and female experts were homogenous from this aspect. The result of mean comparisons (t-test) showed that marital status was an effective variable on experts' attitude toward e-commerce development in agriculture sector. The results of multivariable correlation test also showed that there were no significant correlations between personal variables and experts' attitude toward e-commerce development in agriculture sector.

Keywords: Attitude, Experts, attitude, E-Commerce Development, Agriculture Sector