دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک مطالعه موردی: بانک کشاورزی شهرستان گنبد کاووس

هادی ثنائی‌پور

دکتری کارآفرینی، عضو هیأت علمی گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس (نویسنده مسوول: sanaeepour@gonbad.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۹۹/۲/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۹/۴/۲۴
صفحه: ۱۰۶ تا: ۱۱۳

چکیده

توسعه‌ی فناوری اطلاعات و گسترش کاربردهای آن در کسب‌وکارها، بسیاری از روش‌های پیشین خدمات‌رسانی را متحول ساخته و جهان را برای رقابتی نوین به تکاپو واداشته است. بخش کشاورزی به‌واسطه روش‌ها و فرآیندهای سنتی، هرچند نسبت به سایر بخش‌ها دیرتر از مزایای فناوری اطلاعات در فعالیت‌های خود استفاده کرده اما زمینه و فرصت‌های کارآفرینانه متعددی برای استفاده از ظرفیت‌های فناوری اطلاعات در این بخش وجود دارد. یکی از این فرصت‌ها در حوزه‌ی بانکداری الکترونیکی است. هدف از انجام این پژوهش، بررسی استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی شهرستان گنبد کاووس است. برای دستیابی به هدف پژوهش، به روش آمیخته اکتشافی در دو گام کیفی و کمّی عمل شد. در گام نخست برای شناسایی عوامل موثر بر استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک، واژگان کلیدی مرتبط در مطالعات و پژوهش‌های پیشین بررسی شدند. در مجموع ۵۳ مطالعه در این زمینه یافت شد که پس از بررسی محتوا و چکیده، ۲۶ مطالعه برای تحلیل انتخاب شده و تعداد ۱۱۶ کد اولیه، شناسایی شد. کدهای شناسایی‌شده از نظر تشابه و همپوشانی، در چهار دسته‌ی عوامل راهبردی، عوامل سازمانی، عوامل فنی و عوامل عملیاتی دسته‌بندی شده و مدل مفهومی پژوهش ارائه شد. در گام دوم، برای تأیید نتایج حاصل‌شده و اولویت‌بندی عوامل مذکور، از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه‌ی آماری در این بخش شامل کارآفرینان کسب‌وکارهای کشاورزی شهرستان گنبد کاووس می‌باشند که از خدمات بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی استفاده کردند. نمونه‌گیری با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انجام شد و تعداد نمونه، ۱۸۳ نفر تعیین شد. برای گردآوری داده‌ها نیز از پرسشنامه استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های t تک نمونه‌ای و فریدمن نشان می‌دهد به‌ترتیب عوامل فنی، پشتیبانی، راهبردی و سازمانی بر موفقیت بانکداری الکترونیکی در بانک کشاورزی اولویت دارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی کشاورزی، بانکداری الکترونیکی، راهبرد توسعه‌ی کارآفرینی

مقدمه

عصر امروز را دوران انقلاب الکترونیک و اینترنت نام نهاده‌اند. پیشرفت‌های فناورانه که هر روز به ابعاد و گستردگی آن افزوده می‌شود، به‌صورت بنیادی جهان را دگرگون ساخته است. این پیشرفت‌ها، روش انجام فعالیت‌ها را چه در زندگی شخصی و چه در امور تجاری و کسب وکارها تغییر داده است (۳). در این بین، صنعت بانکداری نیز از این مقوله عقب نمانده در طول دو دهه‌ی گذشته منابع قابل‌توجهی را در استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی سرمایه‌گذاری کرده است. صنعت بانکداری با به‌کارگرفتن فناوری‌های جدید مبتنی بر ارائه خدمات، رویکردهای نوینی را در پیش گرفته است. این تغییرات، فرصت‌های کارآفرینانه جدیدی را در حوزه‌ی بانکداری الکترونیکی فراهم کرده است. از آن جمله می‌توان به

پرتال‌های مراکز اعتباری و مالی، بانکداری مبتنی بر تلفن همراه، بانکداری اینترنتی، ظهور ارزهای دیجیتال، فین‌تک‌ها یا بازارهای مالی الکترونیکی و ... اشاره کرد.

بانکداری الکترونیک نوعی از خدمات بانکی است که برای اولین بار در آمریکا مورد استفاده قرار گرفت و سپس به سرعت در بین کشورهای دیگر گسترش پیدا کرد (۱۰). بانکداری الکترونیکی، انجام فعالیت‌های مالی با استفاده از فناوری الکترونیکی است. این طیف از ماشین‌های تحویل‌دار خودکار تا دیگر خدمات مانند پس‌اندازهای مستقیم، پرداخت الکترونیکی صورت‌حساب، انتقال الکترونیکی وجوه، تلفن بانک و بانکداری آنلاین را شامل می‌شود که همواره در حال توسعه هستند (۵). هدف از بانکداری الکترونیکی، دستیابی و حفظ مزیت‌های استراتژیک است (۴). از دید مشتریان بانکداری الکترونیکی مزایای بسیاری برای افراد فراهم می‌آورد، مانند دسترسی سریع حساب و موجودی خود، توانایی انتقال بانکی از راه دور و ... . با بانکداری الکترونیکی زمان و مکان مفهوم خود را از دست می‌دهند و این خدمات در هر زمان و صرف‌نظر از مکانی که افراد در آن قرار دارند، قابل دسترسی است. در سطح سازمانی، بانکداری الکترونیکی اجازه می‌دهد بانک‌ها به نیازهای مختلف مشتریان در مکان‌های متفاوت به‌صورت همزمان پاسخ گویند. هدف صنعت بانکداری از توسعه‌ی خدمات بانکداری الکترونیکی، استفاده آسان‌تر و مناسب‌تر مشتریان از این نوع خدمات بانکی است (۶). از طرفی بانکداری الکترونیکی مزایایی همچون کاهش هزینه‌های پرسنلی را برای سازمان‌های حوزه بانکداری به همراه دارد و مدیران صنعت بانکداری، بانکداری الکترونیکی را برای کاهش هزینه‌ها به‌کار می‌برند (۸). از دیگر مزیت‌های بانکداری الکترونیکی می‌توان به بهبود تصویر ذهنی مشتریان، حفظ مشتریان، تعهد مستمر میان بانک‌ها و مشتریان، مزیت‌های رقابتی بر پایه کارایی کسب شده از حوزه‌های مختلف و افزایش خدمات مشتریان اشاره کرد. بانکداری الکترونیکی همچنین کارکنان را از وظایف تکراری، ساده و روزمره رها ساخته و به آنها اجازه می‌دهد زمان خود را به فعالیت‌های درآمدزا اختصاص دهند. به‌طور ویژه، بانکداری الکترونیکی هزینه‌های عملیاتی و اداری را کاهش داده و از

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

این طریق مزیت‌های هزینه‌ای قابل‌ملاحظه‌ای را برای صنعت بانکداری به‌همراه دارد (۷). از نقطه نظر رقابتی، مزیت‌های بانکی به‌خصوص از طریق بانکداری الکترونیکی این فرصت را فراهم می‌آورد تا بانک‌ها بتوانند با موسسات بزرگ مالی رقابت کنند (۸).

در سالیان اخیر استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی افزایش پیدا کرده و کاربردهای متعددی برای صنایع و کسب‌وکارها ایجاد کرده است. یکی از حوزه‌های کاربرد بانکداری الکترونیک در کسب‌وکارهای کشاورزی است که می‌تواند منشا اقدامات کارآفرینانه در بخش کشاورزی باشد.

با توجه به مزایای بانکداری الکترونیکی، به‌نظر می‌رسد ضروری است تا عوامل موثر بر استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک از منظر کارآفرینان بخش کشاورزی شناسایی و ارزیابی شود.

بدین منظور این پژوهش به‌دنبال بررسی عوامل موثر بر استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک می‌باشد. برای دستیابی به هدف پژوهشی، در گام نخست، با مطالعه مبانی نظری، این عوامل احصاءشده و سپس در گام دوم با پژوهش میدانی، عوامل از نظر صاحبان کسب‌وکارهای حوزه‌ی کشاورزی اولویت‌بندی شدند. در انتها نیز پیشنهادهایی برای توسعه‌ی استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک ارائه شده است.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر با توجه به هدف آن از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه‌ی گردآوری داده‌ها توصیفی- پیمایشی است. همچنین، در این پژوهش بر اساس رویکرد تحقیق، از رویکرد آمیخته اکتشافی[1] استفاده شد که ترکیبی است از روش‌های کیفی و کمّی. بنابه نظر اندیشمندان استفاده از روش آمیخته در یک مطالعه‌ی پژوهشی منجر به دست‌یابی به داده‌هایی غنی‌تر می‌شود (۳۰).

روش پژوهش آمیخته بر حسب توالی استفاده از روش‌های کیفی و کمّی؛ شامل سه طرح آمیخته‌ی اکتشافی، تشریحی و درهم‌تنیده می‌باشد. در این پژوهش از طرح آمیخته‌ی اکتشافی استفاده شد که در آن پژوهشگر درصدد زمینه‌یابی درباره‌ی موقعیتی نامعین است. بنابراین، ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی می‌پردازد. پس از آن، پژوهشگر با گردآوری داده‌های کمّی، نتایج را آزمون می‌کند (۳۱).

برای پاسخ به هدف پژوهش و شناسایی عوامل استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک، ابتدا باید از نرمال‌بودن توزیع داده‌ها اطمینان حاصل کرد. بدین منظور از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف[2] (K-S) استفاده می‌شود که یک نوع آزمون ناپارامتریک است. محاسبه آماره این آزمون توسط نرم‌افزار SPSS امکان‌پذیر است. در صورتی‌که مقدار آماره ارائه شده بیشتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر آماری مبنی بر نرمال‌بودن توزیع متغیرها با اطمینان ۰/۰۹۵ پذیرفته می‌شود.

برای اولویت‌بندی عوامل استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک از آزمون فریدمن[3] استفاده شد.

برای انجام این پژوهش، دو گام متوالی طی شد. در گام نخست، برای شناسایی عوامل استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک از روش پژوهش کیفی مبتنی بر تحلیل محتوا استفاده شد و در گام دوم با استفاده از یافته‌های بخش قبل و پس از تنظیم پرسش‌نامه و تحلیل داده‌ها، عوامل شناسایی شده، اولویت‌بندی شدند.

در گام نخست این پژوهش بایستی عوامل استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک احصاء شوند. بنابراین، در این بخش مطالعات و گزارش‌های مرتبط بررسی شدند. ابتدا مطالعاتی که اصطلاحات «بانکداری الکترونیکی»، «موفقیت بانکداری الکترونیکی»، «بانکداری الکترونیکی و کسب‌وکارهای کشاورزی» و موارد مشابه در قسمت‌های عنوان، کلمات کلیدی یا چکیده مطالعات استفاده شده بود، در پایگاه‌های اینترنتی داخلی و خارجی جستجو و شناسایی شدند. بررسی و شناسایی مطالعات مذکور در ابتدای سال ۱۳۹۹ انجام شد و در مجموع ۵۳ مطالعه و گزارش پژوهشی در این زمینه یافت شد که پس از بررسی محتوا و چکیده، ۲۶ مطالعه برای تحلیل انتخاب شد. با بررسی مطالعات مرتبط با موضوع تحقیق در مجموع ۱۱۶ کد شناسایی شد. هر کد، معرف یکی از عوامل است که یک یا تعدادی از پژوهش‌گران به آنها اشاره داشتند. بدیهی است برخی از کدها در پژوهش‌های مختلف تکرار شدند. به‌عنوان نمونه می‌توان به ماهیت تعاملی بانکداری الکترونیکی، ایجاد فرصت برای دستیابی به درک عمیق‌تر مشتریان (۱۷)، مهندسی مجدد فرایندها، ساختار انعطاف‌پذیر سازمانی و شبکه توزیع (۱۸) سطح ریسک‌پذیری مدیران و استراتژی بانکداری الکترونیک (۱۹)، پشتیبانی مدیریت ارشد، کارکنان فنی و ماهر، منابع انسانی و مالی (۱۲)، تحلیل رفتار مشتریان و جنبه‌های اجتماعی بانکداری الکترونیک (۲۰)، تجربه‌ی بین‌المللی و ارائه خدمات شایسته به مشتری (۲۲)، اهمیت برند در بانکداری الکترونیکی (۲۱)، اهمیت زیرساخت‌های الکترونیکی (۲۰)، یکپارچگی فناورانه و نوآوری در ارائه خدمات (۲۳)، امنیت سیستم و به‌روزرسانی آن (۲۵)، ارتقا و بهبود فناوری‌ها (۲۶) اشاره کرد.

با بررسی عوامل شناسایی‌شده، می‌توان آنها را در چهار دسته عوامل راهبردی، عوامل سازمانی، عوامل فنی و عوامل پشتیبانی دسته‌بندی کرد. این دسته‌بندی به پژوهشگر کمک می‌کند که یافته‌ها را بر حسب ماهیت و نوع عوامل استفاده کسب‌وکارها از خدمات بانکداری الکترونیک توضیح دهد.

عوامل راهبردی عواملی هستند که می‌توانند به مدیران سازمان‌ها در برخورد با محیط پیرامون و واکنش در برابر موقعیت‌های پیچیده و متغیر کمک کرده و مبنای توانایی‌ها، محدودیت‌ها و خصوصیات اساسی کسب‌وکار هستند (۲۷).

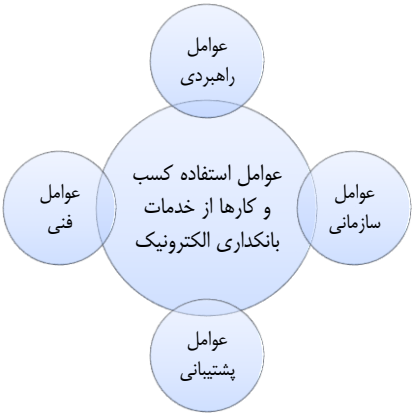
عوامل سازمانی، عوامل درون سیستم‌های سازمانی نظیر سبک مدیریتی، بهره‌وری، تعهد به نوآوری، استفاده از سرمایه‌های انسانی و ... است که تضمین‌کننده عملکرد سیستم و حافظ بقای سازمان در بلندمدت است (۲۸). منظور از عوامل پشتیبانی، کلیه عملیات، فرآیندها و اقداماتی است که کاربری صحیح و مناسب از خدمات بانکداری الکترونیک را

1- Exploratory mixed method
2- Kolmogorov–Smirnov test
3- Friedman test

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

فراهم می‌کند. سرعت ارائه خدمات، محتوای مناسب و به‌روز، فرآیندهای داخلی مبتنی بر فناوری الکترونیکی از جمله این عوامل هستند (۲۵).

در نهایت عوامل فنی نیز شامل فناوری‌ها، زیرساخت‌ها و عوامل تکنیکی می‌شود که ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی را مقدور می‌سازد (۲۵). با توجه به توضیحات ارائه شده، مدل مفهومی این پژوهش در قالب چهار دسته عوامل راهبردی، سازمانی، پشتیبانی و فنی در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱- عوامل استفاده کسب‌وکارها از خدمات بانکداری الکترونیک
Figure 1. Factors of businesses to use e-banking services

این عوامل و زیرمجموعه‌های آنها در جدول ۱، دسته‌بندی و تجمیع شدند. در مجموع عامل راهبردی شامل ۷ عامل فرعی، عامل سازمانی شامل ۶ عامل فرعی، عامل پشتیبانی شامل ۶ عامل فرعی و عامل فنی شامل ۵ عامل فرعی می‌باشند.

جدول ۱- عوامل اصلی و فرعی استفاده کسب‌وکارها از خدمات بانکداری الکترونیک
Table 1. Main and secondary businesses to use e-banking services

عوامل اصلی	عوامل فرعی (متغیرهای مرتبط)	عوامل اصلی	عوامل فرعی (متغیرهای مرتبط)
عوامل راهبردی	• پشتیبانی مدیریت ارشد • گسترش بازارهای هدف • سطح ریسک‌پذیری مدیران • یکپارچگی فرایندهای کسب‌وکار • بازاریابی بر اساس ویژگی‌های وب سایت • ترقی فرهنگ تجارت الکترونیک در سازمان • افزایش منافع از طریق کانال‌های الکترونیکی	عوامل پشتیبانی	• سهولت فرایند خرید • ارائه خدمات شبانه‌روزی • ارائه تسهیلات به مشتریان • ارائه خدمات سریع به مشتری • غنی بودن محتوای وب سایت • جمع‌آوری اطلاعات از رفتار خرید مشتریان
عوامل سازمانی	• کارکنان فنی و ماهر • منابع و سرمایه‌های مالی • وجود منابع مالی و انسانی • ساختار انعطاف‌پذیر سازمانی • ارزیابی عملکرد نیروهای سازمان • تجربه بین‌المللی در بانکداری الکترونیکی	عوامل فنی	• امنیت سیستم • زیرساخت‌های فنی • ارتقاء زیر ساخت‌های موجود • سهولت استفاده از وب سایت • یکپارچگی فناوری‌های ارائه شده

در گام دوم به بررسی و اولویت‌بندی عوامل استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک پرداخته شد. برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق در این گام از پرسشنامه استفاده شد. جامعه‌ی آماری این بخش از پژوهش شامل صاحبان کسب‌وکارهای کشاورزی در شهرستان گنبد کاووس می‌باشد که بر اساس نتایج سرشماری مرکز آمار ایران تعداد آنها ۱۸۷۱۷ نفر است (۲۹). قلمرو مکانی پژوهش شهرستان گنبد کاووس بوده و پرسشنامه در سطح شعب بانک کشاورزی این شهرستان توزیع شد. در توزیع پرسشنامه دقت شد که تنها بین افرادی توزیع شود که حداقل یکی از انواع خدمات بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی را استفاده کرده باشند. از آنجا که دسترسی به همه‌ی افراد امکان‌پذیر نبود، برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده و با ضریب اطمینان ۰/۰۹۵ و احتمال خطای ۰/۰۸، نمونه آماری با استفاده از رابطه ۱، ۱۴۹ نفر محاسبه شد. از آنجا که معمولاً درصدی از پرسشنامه‌ها بازگردانده نمی‌شوند، لذا تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع و ۱۸۳ پرسشنامه بازگردانده شد.

$$n = \frac{N\,t^2\,pq}{N\,d^2 + t^2 pq} \qquad (۱)$$

برای انجام آزمون‌های استنباطی از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن با استفاده از نرم‌افزار SPSS و برای توصیف آماری داده‌ها از نرم‌افزار EXCEL استفاده شد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

نتایج و بحث

یافته‌های توصیفی پژوهش بر حسب جنسیت، تحصیلات، سابقه‌ی کار و تعداد نیروی انسانی شاغل در کسب‌وکار افراد در جدول ۲ ارائه شد. از نظر جنسیت، مردان (با ۶۰ درصد)، از نظر تحصیلات، افراد دارای تحصیلات کارشناسی (با ۶۵ درصد)، از نظر سابقه کاری، افراد دارای سابقه کمتر از ۱۰ سال (با ۵۹ درصد) و از نظر تعداد نیروی انسانی شاغل در کسب وکار، کسب‌وکارهای با تعداد کمتر از ۵ نفر شاغل (با ۷۲ درصد) بیشترین فراوانی و مشارکت در این پژوهش داشتند.

جدول ۲- آمار توصیفی پاسخگویان

Table 2. Descriptive statistics of respondents

جنسیت	فراوانی	درصد	تحصیلات	فراوانی	درصد	تعداد نیروی شاغل	فراوانی	درصد	سابقه کار	فراوانی	درصد
مرد	۱۰۸	۶۰	دیپلم	۴۶	۲۵	کمتر از ۵ نفر	۱۳۲	۷۲	زیر ۱۰ سال	۱۰۹	۵۹
زن	۷۵	۴۰	کارشناسی	۱۱۸	۶۵	بین ۵ تا ۱۰ نفر	۴۲	۲۳	۱۰ تا ۲۰ سال	۵۳	۳۰
			تحصیلات تکمیلی	۱۹	۱۰	بیشتر از ۱۰ نفر	۹	۵	بالای ۲۰ سال	۲۱	۱۱
جمع کل	۱۸۳	۱۰۰	جمع کل	۱۸۳	۱۰۰	جمع کل	۱۸۳	۱۰۰	جمع کل	۱۸۳	۱۰۰

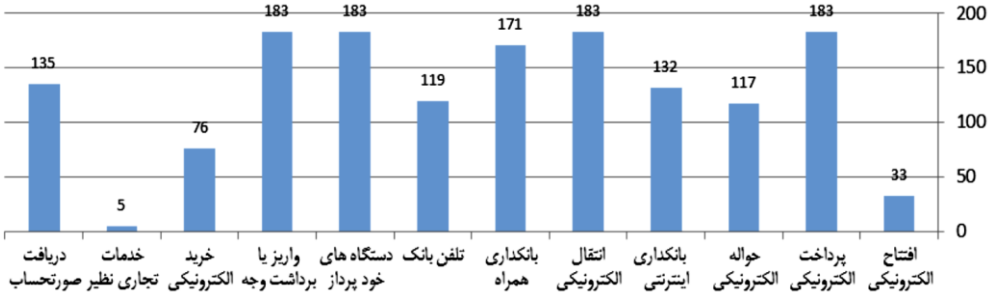
نتایج توصیفی متغیرهای تحقیق از منظر میانگین و انحراف معیار در جدول ۳ ارائه شد. نتایج نشان می‌دهد بیشترین میانگین مربوط به عوامل فنی با میانگین ۴،۲۱، بعد از آن عوامل راهبردی با میانگین ۴/۱۶، سپس عوامل سازمانی با میانگین ۴/۰۳ و در انتها نیز عوامل پشتیبانی با میانگین ۳/۹۶ است. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، میانگین عوامل فنی و راهبردی از نظر مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بالاتر از سایر عوامل بوده و عوامل پشتیبانی از نظر میانگین عامل در انتها قرار دارد.

جدول ۳- میانگین و انحراف معیار عوامل اصلی موثر بر بانکداری الکترونیکی

Table 3. Mean and standard deviation of the main factors affecting e-banking

متغیرها	تعداد	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
عوامل راهبردی	۱۸۳	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۴/۱۶	۰/۹۴۲
عوامل سازمانی	۱۸۳	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۴/۰۳	۰/۹۰۵
عوامل فنی	۱۸۳	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۴/۲۱	۰/۸۶۸
عوامل پشتیبانی	۱۸۳	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰	۳/۹۶	۰/۸۱۹

بررسی‌ها نشان می‌دهد در مجموع بانکداری الکترونیکی شامل ۱۲ نوع خدمت مختلف می‌شود به‌نحوی‌که افراد و صاحبان کسب‌وکارها برحسب نیاز، خود از یک یا چند نوع از آنها استفاده می‌کنند. در نمودار زیر توزیع نمونه‌ی آماری بر حسب استفاده از خدمات دوازده‌گانه بانکداری الکترونیک ارائه شد. همانطور که مشخص است، بیشترین استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی در حوزه‌ی انتقال وجه، پرداخت قبوض، استفاده از دستگاه‌های خودپرداز و واریز یا برداشت اینترنتی وجه و همراه بانک بوده و کمترین استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی نیز در حوزه‌ی خدماتی نظیر صدور ضمانت نامه، افتتاح حساب، خرید الکترونیکی اوراق مشارکت و حواله الکترونیکی وجوه است.



شکل ۲- توزیع نمونه آماری استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک در بین کارآفرینان حوزه کشاورزی

Figure 2. Distribution of statistical sample using e-banking services among agricultural entrepreneurs

نتایج مربوط به آزمون نرمال‌بودن متغیرها در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

جدول ۴- نتایج مربوط به آزمون نرمال‌بودن متغیرهای تحقیق

Table 4. Results of the test for the normality of the research variables

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Kolmogorov-Smirnov Z	Sig	نتیجه آزمون
عوامل راهبردی	۱۸۳	۴/۱۶	۰/۹۴۲	۱/۱۳۹	۰/۱۲۹	نرمال
عوامل سازمانی	۱۸۳	۴/۰۳	۰/۹۰۵	۱/۰۲۵	۰/۲۳۵	نرمال
عوامل فنی	۱۸۳	۴/۲۱	۰/۸۶۸	۱/۰۶۰	۰/۲۱۸	نرمال
عوامل پشتیبانی	۱۸۳	۳/۹۶	۰/۸۱۹	۱/۲۵۹	۰/۰۸۴	نرمال

بر اساس نتایج جدول ۴، تمامی متغیرهای تحقیق نرمال می‌باشند، بنابراین برای شناسایی عوامل موثر بر استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک از آزمون پارامتریک t تک نمونه‌ای استفاده شد. در این آزمون در صورتی‌که میانگین عوامل بیشتر از عدد ۳ باشد، آنگاه می‌توان ادعا کرد که این عوامل بر استفاده کسب وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک موثرند. در جدول ۵ نتایج مربوط به این آزمون ارائه شد.

بر اساس نتایج جدول ۵ با انجام آزمون t در سطح اطمینان ۰/۰۹۵، مقدار sig برای کلیه عوامل کمتر از ۰/۰۵ به‌دست آمد. یعنی میانگین جامعه با عدد ۳ در سطح اطمینان ۰/۰۹۵ برای این عوامل تفاوت دارد و از آنجا که میانگین عوامل بیشتر از ۳ به‌دست آمده و حد بالا و پایین نیز مثبت است، لذا این عوامل از نظر کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای بخش کشاورزی در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی موثرند.

جدول ۵- نتایج مربوط به آزمون t مستقل (تک نمونه‌ای)

Table 5. Independent t-test results (single sample)

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	T	Sig	تفاوت میانگین‌ها	فاصله اطمینان	
							حد پایین	حد بالا
عوامل راهبردی	۱۸۳	۴/۱۶	۰/۹۴۲	۳/۰۲۳	۰/۰۰۱	۱/۱۶	۰/۰۸۲	۰/۳۰۳
عوامل سازمانی	۱۸۳	۴/۰۳	۰/۹۰۵	۲/۹۱۰	۰/۰۰۲	۱/۰۳	۰/۰۳۵	۰/۲۱۶
عوامل فنی	۱۸۳	۴/۲۱	۰/۸۶۸	۲/۰۷۱	۰/۰۰۱	۱/۲۱	۰/۰۵۳	۰/۱۳۰
عوامل پشتیبانی	۱۸۳	۳/۹۶	۰/۸۱۹	۲/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۹۶	۰/۲۴۴	۰/۴۴۶

نتایج آزمون فریدمن در جدول ۶ ارائه شده است. بر اساس نتایج، از نظر کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای بخش کشاورزی مهمترین عوامل، به‌ترتیب عوامل فنی، پشتیبانی، راهبردی و سازمانی می‌باشند که بر استفاده کسب‌وکارهای کشاورزی از خدمات بانکداری الکترونیک موثرند. بر این اساس می‌توان پیشنهادها و راهکارهایی را برای توسعه‌ی خدمات بانکداری الکترونیکی با هدف خدمات‌رسانی بهتر به کارآفرینان در کسب‌وکارهای کشاورزی ارائه کرد.

جدول ۶- نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن

Table 6. Friedman Ranking Test Results

عوامل موثر بر موفقیت بانکداری الکترونیکی	میانگین	انحراف معیار	رتبه میانگین	اولویت
عوامل فنی	۴/۲۱	۰/۸۶۸	۵/۱۹۸	۱
عوامل پشتیبانی	۳/۹۶	۰/۸۱۹	۴/۹۱۷	۲
عوامل راهبردی	۴/۱۶	۰/۹۴۲	۴/۷۱۱	۳
عوامل سازمانی	۴/۰۳	۰/۹۰۵	۴/۳۱۲	۴

نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد داده‌های جمع‌آوری‌شده، نرمال می‌باشند. نتیجه آزمون t تک نمونه‌ای نشان‌می‌دهد عوامل شناسایی‌شده از نظر کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای بخش کشاورزی در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی موثرند. همچنین، نتیجه آزمون فریدمن نشان‌می‌دهد از نظر جامعه‌ی آماری بررسی‌شده مهمترین عوامل، به‌ترتیب عوامل فنی، پشتیبانی، راهبردی و سازمانی می‌باشند.

بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود مدیران مجموعه بانک کشاورزی و سایر نهادهای ارائه‌دهنده خدمات مالی به کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای حوزه‌ی کشاورزی، از عوامل آزمون‌شده در این پژوهش برای خدمات‌رسانی به کارآفرینان حوزه‌ی کشاورزی استفاده کرده و به توسعه‌ی خدمات بانکداری الکترونیکی که در حال حاضر یکی از ضروریات فعالیت کسب‌وکارها است، بپردازند. بدیهی است توسعه و تقویت هریک از متغیرهای آزمون‌ی شده در این پژوهش می‌تواند به کاهش هزینه‌های کسب‌وکارهای حوزه‌ی کشاورزی و افزایش رضایت‌مندی آنها منجر شود.

بدین منظور موارد کاربردی به‌شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

- ارائه آموزش‌های لازم در زمینه‌ی استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک به عموم مردم
- استفاده از ظرفیت رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی برای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک
- استفاده از پتانسیل شبکه‌های اجتماعی و مجازی برای معرفی خدمات بانکداری الکترونیک
- ارائه طرح‌های تشویقی و انگیزه‌بخش مثل تسهیلات به مشتریان
- ارائه جوایز به مشتریان یا انجام خدمات بانکی بدون‌هزینه در صورت استفاده از بانکداری الکترونیک

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

- به‌روزرسانی و تقویت محتوای وب‌سایت خدمات بانکداری الکترونیک
- استفاده از ظرفیت کلان داده‌ها برای رفتارشناسی مشتریان هدف
- تعهد به ارائه خدمات شبانه‌روزی و تسهیل فرآیندها بدون مراجعه حضوری به بانک
- تعهد مدیران ارشد به توسعه‌ی بانکداری الکترونیک
- حضور مفاهیم بانکداری الکترونیک در بیانیه‌ی ماموریت، چشم‌انداز و استراتژی‌های شبکه بانکی
- ایجاد اعتماد به مردم در خصوص امنیت و حفظ اطلاعات بانکی آنها
- تقویت زیرساخت‌ها و پیش‌بینی فنی برای توسعه‌ی ظرفیت‌های آتی خدمات بانکداری الکترونیک
- آموزش کارمندان و تغییرساختارها متناسب با نیازهای بلندمدت بانکداری الکترونیک
- استفاده از تجربیات بین‌المللی در زمینه‌ی بانکداری الکترونیک
- ارزیابی عملکرد کارکنان خدمات بانکی بر اساس نیازمندی‌های بانکداری الکترونیک

منابع

1. Monjezi. N. 2019. Identifying and prioritizing entrepreneurship development strategies in the agricultural sector of Khuzestan province. Quarterly Journal of Entrepreneurship Strategies in Agriculture. 12: 1-9 (In Persian).
2. Mc Elwee, G. 2012. Developing entrepreneurial skills of farmers. University of Lincoln. EU-EsoF (Entrepreneurial Skolss of Farmers). Report No. SSPE-CT-2005-006500.
3. Bandura, A. 2002. Growing primacy of human agency in adaptation and change in the electronic era. European Psychologist, 7(1): 2-16.
4. Joseph, M. and G. Stone. 2003. An empirical evaluation of US bank customer perceptions of the impact of technology on service delivery in the banking sector. International Journal of Retail and Distribution Management, 31(4/5), 190-203, 190-204.
5. Kolodinsky, J.M., J.M. Hogarth and M.A. Hilgert. 2004. The adoption of electronic banking by US customers. International Journal of Bank Marketing, 22(4/5): 238-276.
6. Giannakoudi, S. 1999. Internet banking: The digital voyage of banking and money in cyberspace. Information & Communications Technology Law, 8(3): 1-40.
7. Aladwani, A.M. 2001. Online banking: A field study of drivers, development challenges and expectations. International Journal of Information Management, 21(3): 213-225.
8. Flavian, C., E. Torres and M. Guinaliu. 2004. Corporate image measurement: A further problem for the tangibilization of Internet banking services. The Int. Journal of Bank Marketing, 22(4/5): 366-381.
9. Wang, Y.S., Y.M. Wang, H.H. Lin and T.I. Tang. 2003. Determinants of user acceptance of internet banking: An empirical study. International Journal of Service Industry Management, 14(5): 501-520.
10. Trkman, P. 2009. The critical success factors of business process management. International Journal of Information Management. Volume 3, Number 2: 125-134.
11. Daniel, E. 1999. Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. International Journal of Bank Marketing. Volume 17, Number 2: 72-83.
12. Amade, H. and M. Jafarpour. 2009. Explaining the Barriers and Strategies for the Development of Electronic Banking. Journal of Knowledge and Development, Volume 16, Number 76. (In Persian).
13. Liao. Z. and T. Cheung. 2002. Internet based e-banking and consumer attitude: An empirical study, Information & Management, 39: 283-295.
14. King. S.F. and J. Liou. 2004. A framework for internet channel evaluation, Journal of Information Management, 24: 473-488.
15. Cantoni, F. and C. Rossignoli. 2000. New distribution models for financial services: The Italian Banks' approach to online trading development, Journal of Electronic Commerce Research, 1(2): 1-10.
16. Griffiths, G. and P.N. Finlay. 2004. IS-enabled sustainable competitive advantage in financial services, retailing and manufacturing, Journal of Strategic Information Systems, 13(1): 29-59.
17. El Sawy, O., A. Malhotra, S. Gosain and K.M. Young. 1999. IT-intensive value innovation in the electronic economy: Insights from Marshall Industries, MIS Quarterly, 23(3): 305-335.
18. Mols, N.P. 1998. The behavioral consequences of PC banking, International Journal of Bank Marketing, 16(5): 195-201.
19. Cronin, M.J. 1998. Defining net impact: The realignment of banking and finance on the web. In: M.J. Cronin, Editor, Banking and finance on the internet, Wiley, New York, USA, pp: 1–18 [Chapter 1].
20. Harden, G. 2002. E-banking comes to town: Exploring how traditional UK high street banks are meeting the challenge of technology and virtual relationships, Journal of Financial Services Marketing, 6(4): 323-332.
21. Yousafzai, S.Y. J.G. Pallister and G.R. Foxall. 2005. Strategies for building and communicating trust in electronic banking: A field experiment, Psychology & Marketing, 22(2):181-202.
22. Orr, B. 2004. E-banking job one: Give customers a good ride. ABA Banking Journal, 96(5): 56-57.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

23. Jayawardhena C. and Foley, P. 2000. Changes in the banking sector—the case of internet banking in the UK, Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 10 (1): 19-30.
24. Riggins, F.J. 1999. A framework for identifying web-based electronic commerce opportunities, Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 9(4): 1-11.
25. Storey, A., J.B. Thompson, A. Bokma and J. Bradnum. 2000. An evaluation of UK and USA online banking and web sites, in: H. M. Chung (Ed.), Proceedings of the Americas conference on information systems, 2: 723-728.
26. Shah, M.H., R.J. Paul and A.W. Khalfan. 2003. A survey of critical success factors in e-financial services within UK. Technical report no. 386. Department of Computer Science, University of Hertfordshire: United Kingdom.
27. Sher, P.J. and P.Y. Yang. 2005. The effect of innovative capabilities and R&D clustering on firm performance: the evidence of Taiwan's semiconductor industry. Technovation (25): 33-45.
28. Gold, A.H. and A.H.S. Arvind-Malhotra. 2001. Knowledge management: An organizational capabilities perspective. Journal of management information systems, 18(1):185-214.
29. Statistics Center of Iran. 2014. Detailed results of general agricultural census - Golestan province. (In Persian).
30. Rossman, G.B. and B.L. Wilson. 1985. Numbers and words: Combing quantitative and qualitative methods in a single large-scale evaluation study. Evaluation Review, 9: 627-643.
31. Creswell, J.W. 2003. Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Thousand Oaks, CA: Sage.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]

Agricultural Businesses Use E-Banking ServicesCase Study: Gonbad Kavous Agricultural Bank

Hadi Sanaeepour

PhD in Entrepreneurship, Department of Management, Azadshahr Faculty of Humanities, Gonbad Kavous University
(Corresponding author: sanaeepour@gonbad.ac.ir)
Recived: May 17, 2020 Accepted: July 14, 2020

Abstract

The development of IT and the expansion of its applications in business have revolutionized many of the previous ways of serving and made the world strive for new competition. Due to traditional methods and processes, the agricultural sector has used the benefits of information technology in its activities later than other sectors, but there are many entrepreneurial fields and opportunities to use the capacities of information technology in this sector. One of these opportunities is in the field of e-banking. The purpose of this study is to investigate the use of e-banking by agricultural businesses in Gonbad Kavous Agricultural Bank. To achieve the goal of the research, exploratory mixed method was performed in two qualitative and quantitative steps. In the first step, keywords related to previous articles and research were reviewed to identify the factors affecting the use of e-banking services by agricultural businesses. A total of 53 articles were found in this field, and after reviewing the content and abstract, 26 articles were selected for analysis and 116 initial codes were identified. The codes identified in terms of similarity and overlaps were categorized into four categories: strategic factors, organizational factors, technical factors, and operational factors, and the conceptual research model were presented. In the second step, a descriptive-survey method was used to confirm the results and prioritize the mentioned factors. The statistical population in this section includes entrepreneurs of agricultural businesses in Gonbad Kavous city who have used the electronic banking services of Agricultural Bank. Sampling was performed using the available sampling method and the number of samples was 183. A questionnaire was also used to collect data. The results of data analysis using t-sample and Friedman tests show that technical, supportive, strategic and organizational factors respectively have priority over the success of e-banking in Agricultural Bank.

Keywords: Agricultural Entrepreneurship, Electronic Banking, Entrepreneurship Development Strategy

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.11.7]

[DOI: 10.52547/jea.7.13.106]