عنوان مقاله:

تاثیر تجارت الکترونیک روی عملکرد مالی شعب بانک قرض الحسنه رسالت

مولف اول:سعید حقی مولف دوم: عباس وهابی استاد راهنما:دکتر اسفندیار فرج وند

۱-سعید حقی،دانشجوی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی آذرشهر

آدرس: تبریز-شهرک اندیشه-کوی فرشته ۲ پلاک ۱۲ طبقه ۱ saeidhaghi999@gmail.com،

۲-عباس وهابی،کارشناسی ارشد حسابرسی از دانشگاه آزاد اسلامی بناب

آدرس: عجب شیر روستای ولنجک منزل شخصی سعید وهابی abbas_vahabi1984@yahoo.com

۳-اسفندیار فرج زاده ، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی بناب

آدرس: تبریز-خ آزادی کوی بزرگمهر جدید کوی پنجم پلاک۴۰ e.farajvand@gmail.com

چکیده

این تحقیق با هدف پر کردن شکاف های تحقیق در ادبیات موجود در مورد تأثیر تجارت الکترونیک درعملکرد مالی شرکت ها و در محیط خاص شرکت ها وسازمان هاانجام می شود . به طور خاص،این تحقیق تأثیر مستقیم تجارت الکترونیک بر عملکرد مالی بانک قرض الحسنه رسالت را تحلیل می کند .داده ها از طریق پرسشنامه جمع آوری گردیده و با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با نرم افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل واقع شده است .بر اساس دیدگاه های دانش و منابع، نتایج نشان می دهد که کسب و کار الکترونیک دارای تأثیر مستقیم بر عملکردمالی است .

واژگان کلیدی :تجارت الکترونیک، عملکرد مالی، بانک قرض الحسنه رسالت

مقدمه

بر اساس تحقیقات Ravichandran & Lertwongsatien(۲۰۰۵) و بررسی روابط بین منابع اطلاعاتی،قابلیت های سیستمهای اطلاعاتی، پشتیبانی IT برای شایستگی های اصلی و عملکرد مالی، نتایج نشان می دهد که عملکرد شرکت ها به چگونگی استفاده از منابع به منظور افزایش شایستگی های اصلی یک شرکت ، بستگی دارد .همچنین آنها به این نتیجه رسیدند که به منظور دستیابی به منافع بالاتر از تجارت الکترونیک،شرکت ها که برای در یک ردیف قرارگرفتن شایستگی تجارت الکترونیک به زیربنای IT نیاز دارند . درهمین راستا Zhu(2004) دریافت که مکمل بین قابلیت تجارت الکترونیک و زیرساخت های فناوری اطلاعاتIT بصورت مثبت به عملکرد شرکت کمک می کند .و زمانی که باهم ترکیب می شوند به عنوان منابع مخصوص شرکت بسیار موثر واقع می شود (۲۰۰۷) Soto-Acosta and Meroño-Cerdan .

در یافتند که محتوای خارجی وب سایت (ارتباطات الکترونیکی و جهت گیری معاملات الکترونیکی) بصورت مثبت روی عملکرد مالی تاثیر می گذارد. اخیرا،(۲۰۱۳)Loukis et al نتیجه گرفتند که پذیرش استراتژی کسب و کار الکترونیکی، تاثیر مثبتی روی عملکرد کسب و کار با توجه به پذیرش استراتژی کسب وکار الکترونیکی دارد که ممکن است، هماهنگی غیرمتمرکز غیرسلسله مراتبی، نیازمندی های فنی و عملیاتی خاص، عدم تمرکز شایستگی ها و توانایی های فردی کارکنان را بهبود بخشد. درنتیجه اگرچه اکثریت تحقیقات قبلی ارتباط بین کسب و کار الکترونیکی با استفاده از شاخص های ذهنی از ارزش کسب و کار را ارزیابی کرده است. پژوهش بالا شواهدی را که کسب و کار الکترونیکی از نظر کاهش

هزینه یا تولید درآمد در زمینه خاص شرکت های sme ست، ارائه داده است.در حالی که پیدا کردن مطالعاتی که استفاده از کسب و کار الکترونیکی را در تولید شرکت های SME تجزیه و تحلیل می کنند حتی کمتر از معمول است Soto- Acosta et al(۲۰۱۵)

پیشینه تحقیق

الف) مطالعات خارجی

۱)مدیران کسب و کارهای موفق باید عوامل تعیین کننده را درک کنند وسودآوری ویا به طور کلی روی مدیریت استراتژیک در دراز مدت تمرکز کنند.در تحقیقی که با هدف کشف استفاده از یک ابزار یادگیری الکترونیکی برای کمک به تولید کنندگان در درک تاثیراتتولید متفاوت، قیمت گذاری، کنترل هزینه،و تصمیمات سرمایه گذاری درعملکرد مالی شرکت ها صورت گرفت. این هدف از طریق آموزش توسعه و آزمایش برنامه های کامپیوتری به عنوان ابزاری برای تسهیل در تعیین سلامت مالی شرکت ها با استفاده از مدل تحلیل سودآوری (DuPont)انجام شد. نتایج دو آزمایش نشان دادند که نرم افزارهای کامپیوتری برای آموزش تجزیه و تحلیل تکنیک های سودآوری موجود در مدل DuPont مفید هستند.(Melvin, Boehlje, Dobbins, & Gray, 2004)

۲) درپژوهشی که با هدف درک عمیق نتایج عملکرد همبستگی بین قابلیت های کسب و کار الکترونیکی از تولید شرکت های کوچک و متوسط (SME)انجام شد. استراتژی کسب و کار خود را از لحاظ نوع شناسی استراتژیک شناخته شدهMilesوSnowاست که شامل آگاهان، تحلیلگران و مدافعان است بررسی نموده اند. از دیدگاه تئوری تجانس داده ها از ۱۰۷ تولید کننده کانادایی جمع آوری گردید و برای تجزیه و تحلیل آنها از تجزیه و تحلیل همبستگی استفاده شد.نتایج نشان دادند که نمایه کسب و کارهای ایده آل الکترونیکی با جهت گیری استراتژیکی در ارتباط با شرکت های مختلف تغییر پیدا می کند.خواه مدافع، تحلیگر یا نوعی از تفکر باشد. سازگاری کسب و کار های الکترونیکی نتایج مثبت عملکرد برای تولید شرکت های کوچک و بزرگ در شرایط رشد، بهره وری و عملکرد مالی دارد.(Raymond, & Bergeron, 2008)

۲) درتحقیقی که باهدف کشف دیدگاه دانش قبلی درمحیط تجارت الکترونیک برای حفظ تخصص توسط شرکت ها انجام شد.دیدگاه ها نشان دهنده اهمیت خدمات الکترونیکی، نوآوری و تاکید بر یادگیری تحول ، در مدل می باشد. مدل ارائه شده در این تحقیق روابط را در میان توانمندسازی مشتریان، فشار هنجاری، نوآوری، یادگیری انتقالی وکاراییبررسی می کند.این تحقیق نتایج تجربی از معیار خدمات در بازارهای الکترونیکی تایوان را ارائه داده است. که۲۲۵نمونه معتبر برای آزمون مدل پیشنهادی SEMوجود دارد.توانمندسازی مشتری اثرات قابل توجه ومثبت بر نوآوری و یادگیری قابل تغییردارد. به ترتیب فشار نرمال اثرات قابل توجه و مثبت روی نوآوری و یادگیری قابل تغییر دارد. نوآوری اثرات مهم و مثبت روی یادگیری قابل تغییر دارد. یادگیری قابل تغییر به ترتیب اثرات قابل توجه و مثبت روی عملکرد مالی، مشتری و عملکرد کسب و کار دارد. علاوه بر این، نوآوری به عنوان یک متغیر واسطه روی توانمندسازی مشتری و فشار هنجاری بر یادگیری انتقالی اثرات مثبت دارد. Chih, Huang, & Yang, 2016)

۳) در پژوهشی که با هدف بررسی تاثیر اجرای تجارت الکترونیک (به ترتیباز ادغام داخلی و انتشار بیرونی) در عملکرد سازمانی از طریق میانجیگریاثرات تمایز، چابکی سازمانی، توسعه روابط مشتری و جذابیت شریک صورت گرفت نظرسنجی ازfranchisorsدر سراسر ایالات متحده آمریکا و اسپانیا انجام شد.قبل از اجرای مدل، محقق انحراف اندازه گیری در نمونه های دو کشور را مورد

آزمایش قرار داده است.این تحقیق از مدل سازی معادلات ساختاری برای تست مدل مفهومی استفاده کرده است. نتایج غیرقابل اندازه گیری نشان می دهد که تمام سازه ها از این مشخصه، به جز برای ادغام داخلی پشتیبانی می کنند.انتشار بیرونی منجر به تمایز، چابکی درسرمایه گذاری ، توسعه روابط و جذب شریک برای شرکت های آمریکایی و اسپانیایی می شود. با این حال،ادغام داخلی هیچ تاثیری در نتایج شرکت های ایالات متحده ندارد، در حالی که یک اثر مثبت و مستقیم بر عملکرد اقتصادی شرکت های اسپانیایی دارد. نقش واسطه ای کامل عملکرد غیر مالی بین انتشار بیرونی و عملکرد سازمانی بستگی به تجزیه و تحلیل کشور دارد.در حالی که تمایز و توسعه ارتباطات به طور کامل این رابطه را در نمونه ایالات متحده، در نمونه اسپانیایی ، مزایای انتشار بیرونی ازطریق تمایز، چابکی سازمانی و جاذبه شغلی در میان می گذارند.(Laura et al.,2014)

ب)مطالعات داخلی

۱) باتوجه به شرایط رقابتی وسرعت تغییرات درعصراطلاعات،شرکتهاوسازمانهامی بایست هرچه سریعتردرمسیربهینه سازی تجارت الکترونیک گام بردارند.درپژوهشی که هدف آن یافتن عوامل موثربرپذیرش تجارتالکترونیک درشرکتهای خودروسازی است.درای نپژوهش مدلی برای ارزیابی هدف ارائه شده است.سپس رابطه بین این مولفه های تعریف شده،توسط پرسشنامه ایکه توسط مسئولین سایپادیزل پرشده است،بررسی گردید.این مدل برروی نمونه ۱۲۱ نفره ازمسئولین سایپادیزل به طورتصادفی موردآزمایش قرارگرفته است.درنهایت پس ازبررسی مدل ارائه شده به این نتیجه رسیدیم که آمادگی مالی،نوآوری وتعامل بامشتری به واسطه آمادگی سازمان برپذیرش تجارت الکترونیک اثرگذاراست.دراین پژوهش ارتباط بین تعامل بامشتری ونوآوری وتاثیری که روی تجارت الکترونیک می گذارند بررسی شده است،که تاکنون ارائه نشده است.(جهانیان, سعیدوشادیکیانی، ۱۳۹۳)

۲) پیشرفتهای چشمگیر در زمینه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در دهه اخیر موجب دگرگونی در بسیاری از زمینه ها از جمله تجارت جهانی گردیده است و به تبع آن فرایندهای بسیاری از جمله فعالیتهای تجاری، اقتصادی، بانکداری، گمرکات و غیره دستخوش تغییرات شدهاند. در پژوهشی که به شناسایی شاخصهای عملکرد کلیدی در شرکتهای استارت آپ فعال در حوزه تجارت الکترونیکی پرداخته شده که به منظور شناسایی این عوامل کلیدی از تحلیل عاملی اکتشافی و نرم افزار SPSSاستفاده شد، این پژوهش حجم جامعه شامل ۲۲۰ نفر ازمدیران، سرپرستان، واحد تامین محصول، واحد مالی و همچنین برخی کاربران دائمی چند شرکت فعال در این حوزه بود که با استفاده ازفرمول کوکران حجم نمونه ۳۱۳ نفر محاسبه گردید، پس از توزیع پرسشنامه ها تعداد ۲۰مورد جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل واقع شد. از جمله یافته های پژوهش شناسایی فاکتورهای هزینه خدمات، دستاوردهای مالی، کنترل بودجه اختصاصی به هر بخش، میزان رشد فروش، سهم بازار هر محصول، تمایل مشتریان به خرید و رضایت مشتری به عنوان عواملی که این هفت عامل در مجموع ۶۷,۰۴۹ درصد واریانس فاکتورهای مربوط به شاخصهای عملکرد کلیدی را توضیح میدهد.(الیاسی, مهدی وبهزاد مقیمی شهری، ۱۳۹۵)

اهداف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش، آزمون مدل تحقیق و شناسایی میزان برازش آن با واقعیت داده های گردآوری شده از روسای شعب بانک رسالت در سراسر ایران می باشد و عبارت است از ارزیابی اثر تجارت الکترونیک روی عملکرد مالی سازمان ها

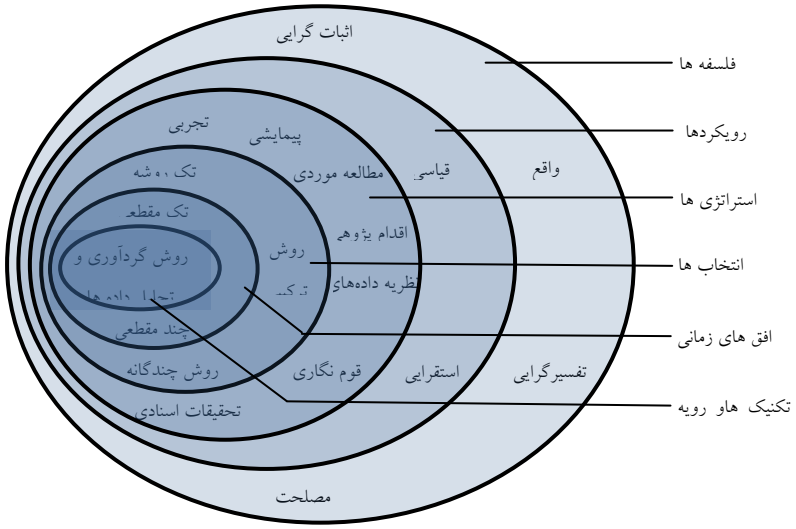
فرضیه ی تحقیق و طرحپژوهش

H1 :تجارت الکترونیک ارتباط مثبتی با عملکرد مالی دارد

در بین پژوهشگران ایرانی، در مورد روش شناسی پژوهش اتفاق نظر وجود ندارد و دائماً استراتژی بـه جـای شـیوه پـژوهش و حتـی گاهی فلسفه پژوهش بجای شیوه پژوهش به کار می رود. اما خوشبختانه بعد از ارائه چهارچوب جامعی بنام پیاز فراینـد پـژوهش۱در سال ۲۰۰۳ میلادی توسط ساندرز، لی وایس، و ثورن هیل۲این مشکل در دنیا در حال مرتفع شدن است.

با استناد به مدل پیاز فرایند پژوهش، که جهت حصول اتفاق نظر در حوزه روش شناسی مطرح و اکنون مـورد قبـول اکثـر پـژوهش گران صاحب نام دنیاست، و همچنین به دلیل طراحی پژوهش حاضر بـرای بررسـی تاثیرتجـارت الکترونیـک روی عملکـرد مـالی، و استفاده از نتایج آن در جهت تامین رضایت مشتریان و صاحبان سهام بانک رسالت از سوی مدیران بانک مـورد نظـر طراحـی شـده است، دارای گرایش کاربردی۳ می‌باشد.

در این تحقیق برای پایه‌ریزی فرضیه‌ها، از مدل تعدیل یافته پُپا و همکاران۴ (۲۰۱۶) استفاده شده و فرضیه های مورد نظر بر اساس داده های کمی به دست آمده از جامعه تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. از سوی دیگر، به دلیل اسـتفاده از پرسشـنامه سـاختار یافته، بین پاسخگویان و پژوهشگر تاثیر متقابلی وجود نداشته است. بر این اساس، فلسفه این تحقیق اثبات‌گرائی۵ می‌باشد.



شکل (۱-۳) : پیاز فرایند پژوهش (ibid, p.108)

این پژوهش به دنبال بررسی روابط علی بین متغیرهای تجارت الکترونیک، نوآوری سازمانی، و عملکرد مالی می باشد. داده های لازم برای سنجش هر یک از متغیرهای مزبور با استفاده از سنجه هائی با طیف بسته پنج گانه (نمره یک برای کاملاً مخالف تا نمـره پـنج برای کاملاً موافق) که از پایائی آنها اطمینان حاصل شده است، مورد ارزیابی قرار گرفته و عملیاتی شده انـد و پژوهشـگر دخـالتی در کیفیت جواب پاسخگویان نداشته است. همچنین هرگونه تغییر در عملکرد مالی صرفاً تابعی از تجارت الکترونیک ؛ و سـایر متغیرهـا ثابت فرض شده‌اند. نهایتاً با توجه به انتخاب تعداد نمونه مناسب از جامعه تحقیق و قابلیت تعمیم نتایج به کل جامعـه تحقیـق، مـی توان گفت که رویکرد این پژوهش قیاسی۶ است.

1- Research Process Onion
2- Saunders & Lewis & Thornhill
3-Applied research
4- Simona Popa, Pedro Soto-Acosta&, Daniel Perez-Gonzalez
5- Positivism
6- Deduction Approach

با توجه به توزیع پرسشنامه در جامعه نمونه و جمع آوری داده های کمی و استفاده از آنها برای ارائه دلایل کافی جهت اثبات روابط خاص بین متغیرهای تحقیق و معرفی مدل مفهومی برای روابط مذکور، استراتژی پژوهش حاضر پیمایشی۷ است.

در این تحقیق برای جمع آوری داده ها فقط از ابزار پرسشنامه و برای تحلیل آنها صرفاً از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است، لذا انتخاب روش تحقیق حاضر تک روشه می باشد۸.افق زمانی پژوهش نیز تک مقطعی۹ است یعنی در یک مقطع زمانی خاص نظرات پاسخگویان گردآوری و مورد تحلیل قرار گرفته است)Saunders, Lewis & Thornhill, 2009(.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری این پژوهش روسای شعب بانک رسالت در سراسر کشور می باشد. به دلیل استفاده از روش مدل یابی معادلات ساختاری برای تحلیل داده ها، حداقل حجم نمونه از جامعه آماری پژوهشبا فرمول زیر محاسبه شده است (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲):

(تعداد مسیرها + تعداد بارهای عاملی)۵= تعداد نمونه

بارهای عاملی، همان همبستگی بین متغیرهای پنهان (سازه ها) و متغیرهای آشکار (سوالات) می‌باشند که در این پژوهش با استناد به داده های جدول (۱-۳)، تعداد آنها ۱۱ سوال می باشد. بنابراین، با توجه به مدل مفهومی تحقیق، تعداد مسیرها ۳ عدد بوده و لذا داریم:

۵(۳+۱۱) = ۷۰ =حداقل تعداد نمونه

پس حداقل نمونه مورد نیاز،۷۰نفر از روسای شعب بانک رسالت می‌باشد. در این پژوهش ۲۱۵ نفر از روسای شعب باروش نمونه گیری تصادفیساده انتخاب و تعداد ۲۰۰ عدد از آنها برای انجام تحلیل مناسب تشخیص داده شدند. برای انجام نمونه گیری کلیه شعب بانک رسالت در کشور کد گذاری و با استفاده از جدول اعداد تصادفی، پرسشنامه تحقیق در بین جامعه نمونه توزیع گردید.

اندازه گیری سازه ها

در این پژوهش، برای اندازه گیری سازه های بکار رفته در مدل، از ابزار پرسشنامه طراحی شده توسط پُپا و همکاران (۲۰۱۶) با مقیاس لیکرت با طیف بسته پنج گزینه ایاز یک (کاملاً مخالف) تا پنج (کاملاً موافق)استفاده شده است. البته چون ابزارهای مزبور متناسب با فرهنگ کشور ایران طراحی نشده اند، ابتدا بومی سازی شده و بعد مورد استفاده قرار گرفته اند.به منظور بومی سازی، ابتدا هرکدام از این ابزارها به صورت معکوس[۱۰] ترجمه شده و در ادامه تست روائی[۱۱] و پایائی[۱۲]روی آنها انجام شده است، تا آماده استفاده در جامعه آماری پژوهش شوند.

روش تحلیل داده ها

7- Survey Strategy

8- MonoMethod

9- Cross Sectional Time Horizon

10- Back Translation
11- Validity Test
12- Reliability Test

در این پژوهش که هدف آن طراحی و تست یک مدل است،برای تحلیل داده هاوآزمون مفروضات مدل،ازروش مدل یابی معادلات ساختاری۱۳استفاده شده است. مدل یابی معادلات ساختاری،یک تکنیک تحلیل چندمتغیره بسیارکلی ونیرومندازخانواده رگرسیون چندمتغیره وبه بیان دقیقتربسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگران امکان میدهدمجموعه ای ازمعادلات رگرسیون رابه طورهمزمان موردآزمون قراردهند.

مدل یابی معادلات ساختاری،یک رویکردآماری جامع برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط بین متغیرهـای مشـاهده شـده وپنهـان است که گاه تحلیل ساختاری کوواریانس،مدلیابی علی وگاه نیزلیزرل نامیده میشود.امااصطلاح غالب دراین روزهامدل یابی معادلات ساختاری است.در روش مدل یابی معادلات ساختاری از دو تکنیک تحلیل عامل تاییدی و تحلیل مسیر برای برازش مدل با داده هـا گردآوری شده از جامعه آماری استفاده می شود که در این پژوهش از هر دو تکنیک استفاده شده است. در تحلیل مسیر روابط علـی بین متغیرهای پنهان۱۴مورد ارزیابی قرار می گیرد.

نرم افزارلیزرل به عنوان یکی ازپیشرفتهای روش شناختی نویدبخش درعلوم رفتاری واجتمـاعی ونیزسـایرعلوم مـی توانـد مـدلهای سنتی راموردآزمون قراردهدودرعین حال،امکان بررسی روابط ومدلهای پیچیده تری مانندتحلیل عاملی تأییدی وتحلیل سری هـای زمانی رانیزفراهم وکاربرددادہ های همبستگی،آزمایشی وغیرآزمایشی رابرای تعیین میزان موجه بودن مدل‌های نظری دریک جامعه خاص،امکانپذیرسازد.

به سبب آنکه بسیاری ازمسایل تاریخی،منطقی وفلسفی تاکنون حل نشده باقیمانده است،آزمون پیوندهای علی بین متغیرهاواندیشه توانابودن آماری برای تحقق یک مدل علی نیزتاحدزیادی بااصطلاح مدل ساختاری جانشین شده است. این مطلب متضمن توصیف روابط کمابیش ثابت بین شرایط یاواقعیت های اجتماعی مرتبط بایکدیگراست که میتوان آن راآشکارکردوازطریق روشـهای آمـاری موردآزمایش قرارداد (هومن ،۱۳۸٤).

این روش آمیزها ی از رگرسیون،تحلیل مسـیروتحلیل عـاملی تأییـدی اسـت. دراین روش دوگـروه متغیروجـوددارد: متغیرپنهـان ومتغیرهای مشاهد هشده یاآشکار۱۵. متغیرپنهان مستقیماًقابل مشاهده نبوده وازطریق متغیرهای مشاهده شده سنجیده مـی شـود. متغیرهای مشاهده شده سنجه هایی هستندکه ازطریق آنهامتغیرهای پنهان اندازه گیری یاسنجیده می شوند. متغیرهـای فـوق بـه دوگروه برون‌زا ودرون زانیزتقسیم می شوند.

بابهره گیری ازروش معادلات ساختاری میتوان همزمان دومدل ساختاری واندازه گیری رابررسی نمود.مـدل انـدازه گیـری یـابخش تحلیل عاملی تأییدی مشخص می کندکه چگونه متغیرهایپنهان یاسازه های فرضی درقالب تعدادی متغیرقابل مشاهده اندازه گیری شده اند. بخش مدل ساختاری یاتابع ساختاری،روابط علی بین متغیرهای پنهان رامشخص می کند. یک مدل ساختاری بـه محقـق امکان می دهد تا خطای اندازه گیری،بارهای عاملی وپارامترهای ساختاری راهم زمان برآوردکند.

13- Structural Equation Modeling (SEM)

14- Latent Variable

15- Obvious Variable

برنامه لیزرل، قدرت برازش یک مدل باداده های مشاهده شده راباارائه شاخص های نیکویی برازش۱۶ارزیابی می کند.به عبارت دیگر،شاخص های مزبور به این سؤال پاسخ می دهند که مدل مورد نظر تا چه میزان با داده‌های پژوهش خوب و برازنده است.این پژوهش نیز از این قاعده مثتثنی نبوده و از بین شاخص های نیکوئی برازش، شاخص های زیر را مورد استفاده قرار خواهد داد (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲؛ هومن، ۱۳۸٤؛قاضیطباطبایی، ۱۳۷٤؛ کلانتری، ۱۳۸۸؛ قاسمی، ۱۳۸۹):

شاخصGFI:[17]این اندازه تحت تأثیرحجم نمونه است ومیتواندبرای مدل هایی که به گونه ضعیفی فرمول بندی شده اند،بزرگ باشد. کمیت این شاخص ازصفرتایک متغیراست. اندازه یک،نشانه برازندگی کامل داده ها با الگو و صفرنشانه عدم برازندگی است. هرچه این مقدار به یک نزدیک تر باشد،نیکویی برازش الگو بیشتراست.

نسبت کای دو به درجه آزادی:در مورد معنادار شدن اندازه مجذور کای،درجه آزادی به عنوان اندازه هایی که میتوان براساس آن بزرگی یا کوچکی کای دو راسنجید، مطرح می شود. هرچنداین شاخص فاقد یک معیار ثابت برای یک الگوی قابل قبول است،امااندازه های کوچک‌تر ازدومعمولاً بهعنوان شاخص مطلوب برای نیکویی برازش درنظرگرفته می شود. بااین حال افرادی مانند مارش،بالاومک دونالد (۱۹۸۸)،کالر (۲۰۰۱)،مولر (۱۹۹۶)،و فانوواکر (۲۰۰۰)،مقادیرتا ۵ برابردرجه آزادی رابه عنوان شاخص نیکویی برازش پذیرفته اند.

شاخصRMSEA:[18]این شاخص که به صورت اعشاری گزارش می شود،مبتنی بر پارامترغیر مرکزی است. اگر کای دو کوچکترازدرجه آزادی باشد،ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب برابر باصفربه دست می آید. این شاخص برای مدل های خوب برابر ۰/۰۵ یا کمتراست. مدلهایی که این ضریب درآنها ۰/۱۰ یابیشتر باشدبرازش ضعیفی دارند. برای این شاخص میتوان فاصله اعتماد محاسبه کرد. ایده آل آن است که حدپایین فاصله اعتماد نزدیک به صفرباشد وحد بالایی آن خیلی بزرگ نباشد.

مجذورکای دو:وقتی حجم گروه نمونه برابر ۷۵ تا ۲۰۰ باشد،مقدار مجذور کای یک اندازه معقول برای برازندگی است. امابرای مدلهای با اندازه نمونه بزرگتر،مجذورکای تقریبا همیشه ازلحاظ آماری معنادار است. علاوه براین، مجذورکای تحت تأثیر مقدارهم بستگی های موجود د رمدل نیز هست؛هرچه این همبستگی هازیادتر باشد،برازش ضعیف تراست. به همین دلیل برای برازش مدلها،اندازه های دیگری توسعه یافته است.

شاخصRMR:[19]معیاری است برای اندازه گیری متوسط باقیمانده هاوتنها درارتباط بااندازه واریانسهاو کوواریانس ها قابل تفسیر است. به طورمعمول این معیارهر قدر کوچکترباشدحاکی از برازش بهتراست.

16- Goddness of Fit Statistic Index

17- Goodness of Fit Index

18- Root Mean Square Error of Approximation

19- Root Mean Square Residual

شاخصAGFI: باتوجه به اینکه شاخص نیکویی برازش تحت تأثیرحجم نمونه است،شاخص تعدیل شده نیکویی برازش تاحدی نسبت به حجم نمونه ودرجات آزادی، معیارشاخص نیکویی برازش راتعدیل می کند. این شاخص نیز میتواندازصفر تایک متغیرباشدومقادیرنزدیک به یک نشان دهنده نیکویی برازش الگو میباشد.

شاخصNFI:[1] این شاخص بنتلر - بونت هم نامیده می شود. بنتلر و بونت(۱۹۸۰) مقادیر برابر یا بزرگتر از ۹۰/. شاخص رادر مقایسه با مدل صفر، به عنوان شاخص خوبی برای برازندگی مدل‌های نظری توصیه کردهاند، در حالی که برخی ازپژوهشگران نقطه برش ۸۰/. را به کار میبرند.

شاخصNNFI: شاخص NNFI، شاخص تاکر- لویز است که در بیشتر موارد شاخص نرمشده برازندگینامیده میشود.این شاخص مشابه NFI است اما برای پیچیدگی مدل جریمه می‌پردازد. چوندامنه این مدل محدود به صفر و یک نیست، تفسیر آن نسبتبه NFIدشوارتر است. بر پایه قرارداد مقادیر کمتر از ۹۰/.آن مستلزم تجدید نظر در مدل است. شاخص از طریق مقایسهیک مدل به اصطلاح مستقل که در آن بین متغیرها هیچ رابطهای وجود ندارد با مدل پیشنهادی مورد نظر،مقدار بهبود را نیز می آزماید.

شاخصCFI:[3] مقدار بزرگتر از ۹۰/.برای این شاخص، قابل قبول و نشانه برازندگی مدل است. این شاخص از لحاظ معنا مانندNFIاست با این تفاوت که برای حجم گروه نمونه جریمه میدهد.

مدل ساختاری

برای برازش مدل طراحی شده در این پژوهش، از روش آماری مدل یابی معادلات ساختاری(تحلیل مسیر۲۴) استفاده شده است. تجزیه و تحلیل دادهها در این پژوهش با نرم افزار لیزرل۸/۸۰۲۵انجام شده است. دریک مدل تابع ساختاری، روابط بین متغیرهای پنهان درقالب متغیرهایی برون زا یامتغیر(KSI)ζومتغیرهای درون زا یامتغیر(ETA)η،ازطریق بردارهایی که ازمتغیرهایζبه طرف متغیرهایηکشیده می شود، مشخص می‌گردد.

در این بخش به ترتیب اثر مستقیم متغیرهای پنهان درون زای پژوهش بر دیگر متغیر پنهان درونزا (پارامترBETA،β)، و اثر مستقیم متغیرهای پنهان برون زا بر متغیرهای پنهان درون زای پژوهش (پارامترGAMMA،γ) در جداول (۱-۴) و (2-۴) ارائه و فرضیات ارائه شده منطبق با این اطلاعات مورد آزمون قرار می‌گیرند.

- Adjusted Goodness of Fit Index

1 - Normed Fit Index

- Non-Normed Fit Index

3 - Comparative Fit Index

4 - Path Analysis

5 - Linear Structural Relationships (LISREL)

جدول(۱–۴): اثر مستقیم متغیر پنهانبرون زا بر متغیرهای پنهان درون زا (پارامتر GAMMA، γ)

جهت مسیر	ضریب مسیر استاندارد	tمقدار
عملکرد مالی←تجارت الکترونیک	./۳۰	۳/۵۰

جدول(۴):اثر غیرمستقیم متغیر پنهان برون زا بر متغیر پنهان درون زای نهائی مدل

جهت مسیر	ضریب اثر غیر مستقیم
عملکرد مالی← تجارت الکترونیک	./۱۰۸

جدول(–۴):اثر کل متغیر پنهان برون زا بر متغیر پنهان درون زای نهائی مدل

جهت مسیر	اثر کل بر متغیر نهائی
عملکرد مالی← تجارت الکترونیک	/٤٠٨

نتایج آزمون فرضیات

فرضیه (H_1):تجارت الکترونیک ارتباط مثبتی با عملکرد مالی دارد.

این فرضیه بر اساس اطلاعات جدول (۱-۴)، مورد آزمون قرار می گیرد. ضریب مسیر متغیر پنهان برون زای تجارت الکترونیکو متغیر پنهان درون زای نهائی عملکرد مالی(۰/۳۰)، با مقدار tبرابر با ۳/۵۰، از نظر آماری معنی دار است. در نتیجه، فرض صفر مبنی بر عدم وجود ضریب مربوطه رد شده و فرضیه پژوهشی تائید می شود.

شاخص های نیکوئی برازش

شاخص های نیکوئی برازش همانطور که در فصل سوم مطرح شد، قدرت برازش یک مدل را با دادههای اندازه گیری شده نشان می دهد. به طور کلی در کار با برنامه لیزرل، هر یک از شاخص های به دست آمده برای مدل، به تنهایی دلیل برازندگی مدل یا عدم برازندگی آن نیستند، بلکه این شاخصها را باید در کنار یکدیگر و با هم تفسیر کرد. بررسی داده های جدول (۳-۴) که مهم ترین شاخص های برازندگی در آن ارائه شده است، حاکی از این است که مدل تحقیق، بهترین برازش را با داده های گردآوری شده از روسای شعب بانک رسالت دارد.

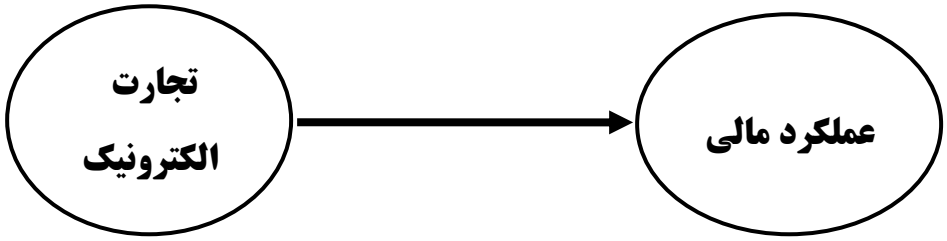
جدول (۳–۴): آماره های مربوط به نیکویی برازش مدل تحقیق

آماره های برازش		ارزش
نسبت کای مربع به درجه آزادی	Chi-Square / Degrees of Freedom (df)	GGFS*
شاخص برازش هنجار شده	Normed Fit Index (NFI)	GGFS*
شاخص برازش هنجار نشده	Non-Normed Fit Index (NNFI)	GGFS*
شاخص برازش مقایسه ای	Comparative Fit Index (CFI)	GGFS*
شاخص برازش فزاینده	Incremental Fit Index (IFI)	GGFS*
شاخص برازش نسبی	Relative Fit Index (RFI)	GGFS*
شاخص مجذور برآورد واریانس خطای تقریب	Root Mean Square Error ofApproximation (RMSEA)	۰/۰۷۰
ریشه مجذور میانگین باقیمانده	Root Mean Square Residual (RMR)	GGFS*
شاخص نیکویی برازش	Goodness of Fit Index (GFI)	GGFS*
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	GGFS*

* Global Goodness of Fit Statistics

مدل نهایی به دست آمده از پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفته اند و می تواند در تحلیل های آتی در مورد روسای شعب بانک رسالت، مدل نهایی ذیل مورد استناد واقع شود.



بحث و نتیجه گیری

دراین پژوهش به بررسی تاثیرتجارت الکترونیک روی عملکرد مالی شعب بانک قرض الحسنه رسالت با بررسی نقش واسطه ای نوآوری سازمانی پرداخته شده است.به همین منظور داده های کمی از ۲۱۵ نفر ازروسای شعب بانک رسالت که از طریق پرسشنامه جمع آوری گردید استفاده شده است. و برای تحلیل آنها صرفا از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است.

در فرضیه (H1) باتوجه به ضریب مسیرمتغیر پنهان برون زای تجارت الکترونیک و متغیرپنهان درون زای عملکرد مالی (۳۰/.)، با مقدار t برابر با ۳/۵۰، از نظر آماری معنی دار است. در نتیجه، فرض صفر مبنی بر عدم وجود ضریب مربوطه رد شده و فرضیه پژوهشی تائید می شود. لذا رابطه معنی دار، مستقیم و مثبت بین تجارت الکترونیک و عملکرد مالی وجود دارد. ادبیات و پیشینه تحقیق نیز بیانگر وجود رابطه بین تجارت الکترونیک و عملکرد مالی می باشد. برای مثال نتایج مطالعات Raymond, & Bergeron, (2008) نشان دهنده این است که بین تجارت الکترونیک و عملکرد مالی ارتباط مثبت برقرار است.این تحقیق مبتنی بر دیدگاه منابع و دانش است، تأثیر مثبت تجارت الکترونیک در زمینه مالی عملکرد SMEهای تولیدی را روشن می کند. نتایج تجربی نشان می دهد که استفاده از تجارت الکترونیک به طور مستقیم عملکرد مالی را از لحاظ اقتصادی و کاهش هزینه های عملیاتی بهبود می بخشد. اثر مستقیم از استفاده از تجارت الکترونیک بر بازده دارایی هاقابل توجه است. بنابراین، تاثیر مستقیم استفاده از تجارت الکترونیک بر عملکرد مالی محدود به کاهش هزینه است.با این مفهوم،این یافته های اولیه تنها تا حدی ازادبیات قبلی پشتیبانی می کند که تأثیر مثبت و مستقیم فن آوری های مبتنی بر اینترنت بر روی ابعاد عینی عملکردسازمانی را تأیید می کند.نتایج تجربی نیز تأیید می کنند که استفاده از تجارت الکترونیک همراه زنجیره ارزش بسیار تاثیر مثبت بر عملکردسازمانی دارد.این یافته تایید تحقیقات قبلی است که نشان می دهد که زیرساخت های فناوری اطلاعات و شایستگی ها ، خدمات و فرایندها در رابطه مثبت هستند. .یافته های تجربی تأیید می کندکه کسب و کار الکترونیکی ممکن است هزینه های عملیاتی را کاهش دهد و بازده دارایی ها را بهبود بخشد. استفاده از کسب و کار الکترونیکی در طول کل زنجیره ارزش بر متغیرهای عملکرد شرکت کاهش می یابد .

پیشنهادات تحقیق

در تحقیق حاضر پیشنهادات در دو بخش ارائه گردیده است:

الف) پیشنهادات در راستای یافته ها و نتایج پژوهش

ب) پیشنهادات برای محققان آتی

الف) پیشنهادات در راستای یافته ها و نتایج پژوهش

- با توجه به فرهنگ فن آوری، SMEها به نظر می رسد از مزایای کامل کسب و کار الکترونیکی بی اطلاع هستند.تمایل عمومی به پذیرش "وضعیت موجود" در IT وجود دارد.همچنین، شرکت ها دارای

تمایل به اجتناب از عدم اطمینان بالایی هستند.بنابراین، علیرغم پتانسیل بالایی برای رشد شرکت ها، سطح استفاده از فناوری های مبتنی بر اینترنت پیچیده،مانند تجارت الکترونیک، پایین است که باید بهبود یابد.

- مسئله دیگری که می تواند این نتایج را توضیح دهد استفاده از تجارت الکترونیک درشرکت های تولیدی است که بیشتر جهت بهبود بهره وری داخلیب رای تولید درآمد مستقیم است.

- می توان در شرکت های کوچک و بزرگ نه تنها برای جستجوی اطلاعات که برای پلت فرم ارتباطات،مالی و خدمات بانکی، خدمات پس از خرید، آموزش الکترونیکی و پلت فرم فروش استفاده کرد.با این حال، حجم خرید شرکت هادر اینترنت بیش از حجم فروش خود می باشد .

ب) پیشنهادات برای محققان آتی

نمونه مورد استفاده بانک قرض الحسنه رسالت بود.ممکن است یافته ها بتوانند از بانک ها و یا سازمان های دیگر در کشور ایران همچنین به سایر کشورهای همسایه،که سنت ها و زمینه های اجتماعی و اقتصادی درشبیه ایران است استخراج شوند. با این حال، مطالعات مشابه درکشورهای مختلف ممکن است نتایج مختلف را نشان دهند بنابراین، در تحقیقات آینده، مطالعات تطبیقی بین کشورها یا مناطق یا سازمان های دیگرمیتواند به منظور ارائه بیشتر مورد بررسی قرار بگیرند.ساخت ابزار جامد در ادبیات فناوری اطلاعات می تواند روند رو به رشد توسعه و آزمایش و پالایش را بهبود بخشد گرچه اعتبار تست شده در مجموعه داده های ما، از لحاظ تجربی بود .تحقیقات تأییدی بیشتربرای انجام این کار ضروری است اعتبار بیرونی نتایج نیز لازم است.روش آگاهی دهنده کلیدی برای جمع آوری داده ها در مورد استفاده از تجارت الکترونیک و و عملکرد مالی استفاده می شود.این روش، در حالی که دارای مزایایی است، نیز از محدودیتی که داده ها بیانگر نظرات افراداست رنج می برد. تحقیقات آینده میتوانند طرحهای تحقیقاتی را که امکان جمع آوری اطلاعات از چندین پاسخ دهی در یک سازمان را دارند مورد توجه قرار دهند.این تحقیق به صورت ایستا، تصویر مقطعی از عوامل زمینه ای که بر استفاده از تجارت الکترونیک تاثیر می گذارد پرداخته است که دشوار است که به مسئله چگونگی عوامل زمینه ای توجه شود و اهمیت آنها ممکن است در طول سالها تغییر کند. یک مطالعه طولی می تواند نتایج را غنی کند. این پیشنهادات باید حسابداری در تحقیقات آینده برای افزایش اعتبار یافته های ما در نظر گرفته شود.

محدودیت های تحقیق

این محقق در فرایند آغاز تا پایان دچار محدودیت هایی بود،که از عهده محقق خارج بودند.مانندگستردگی جامعه آماری که کارکنان بانک قرض الحسنه رسالت را شامل می شد ولی به دلیل محدودیت های امکانات دسترسی به همه کارکنان ، محدودیت امکانات مالی ، و زمانی فقط به انتخاب حجم نمونه *** نفراز مصرف کنندگان اکتفا نمودیم.بی میلی برخی از پاسخ دهندگان برای تکمیل پرسشنامه از مهم ترین محدودیت های این پژوهش به شمار می رود .همچنین، با تغییر شرایط زمانی و مکانی، ممکن است نتایج تحقیق تغییر یابد.نبودن کار مشابه در این زمینه، یکی از محدودیت های تحقیق بود زیرا با وجود تلاش های بسیار امکان دسترسی به منابع علمی بصورت مستقیم وجود نداشت.لازم به ذکر است که، کمبود و در برخی موارد فقدان منابع علمی قابل دسترس بصورت فارسی که به موضوع تحقیق مورد مطالعه مربوط باشد، بود.به همین دلیل محقق نیازمند استفاده از منابع لاتین بود که خود مشکلات دیگری همچون محدودیت دسترسی به همه کتاب ها و مقاله های لاتین در ژورنال های خارجی به همراه داشت .برگردان درست متون لاتین به فارسی و یکدست کردن آنها مشکلاتی در پی داشت.

منابع و ماخذ

الف – منابع فارسی

۱) قاضی طباطبایی، سید محمود؛ (۱۳۷٤)؛ **مدل های ساختاری کوواریانس یا مدلهای لیزرل در علوم اجتماعی**؛ نشریه دانشکده علوم انسانی اجتماعی تبریز؛ سال اول شماره ۲؛ ص ۳۸-۳٤.

۲) هومن، حیدر علی؛ (۱۳۸٤)؛ مدل یابی **معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل**؛ انتشارات سمت؛ چاپ اول؛ ص ۱۸۰-۲۰۰.

۳) قاسمی، وحید؛ (۱۳۸۹)؛ مدل یابی **معادلات ساختاری در پژوهش های علوم اجتماعی با کاربرد نرم افزار AMOS Graphic**؛ انتشارات جامعه شناسان؛ چاپ اول.

٤) کلانتری، خلیل؛ (۱۳۸۸)؛ مدل یابی **معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی با برنامه LISREL and SIMPLIS**؛ فرهنگ صبا؛ چاپ اول.

۵) رامین مهر، حمید؛ چارستاد، پروانه؛ (۱۳۹۲)؛ **روش تحقیق کمی با کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار لیزرل**؛ تهران؛ انتشارات ترمه؛ ص ۱۲۳.

٦) جهانیان ,سعید و شادی کیانی، ۱۳۹۳، استخراج عوامل مؤثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت های خودروسازی مطالعه موردی شرکت سایپا دیزل، *کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار*، تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا

۷)الیاسی, مهدی و بهزاد مقیمی شهری، ۱۳۹۵، شناسایی شاخص های عملکرد کلیدی در تجارت الکترونیکی و بازاریابی اینترنتی، *دومین همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری*، گرگان، گروه آموزش و پژوهش شرکت مهندسی باروگستر پارس، دانشگاه فرهنگیان استان گلستان.

ب – منابع خارجی

1) Jon Melvin, Michael Boehlje, Craig Dobbins, Allan Gray, (2004) "The Dupont profitability analysis model: an application and evaluation of an e-learning tool", Agricultural Finance Review, Vol. 64 Issue: 1, pp.75-89,

2) Louis Raymond, François Bergeron, (2008) "Enabling the business strategy of SMEs through e-business capabilities: A strategic alignment perspective", Industrial Management & Data Systems, Vol. 108 Issue: 5, pp.577-595,

3) Wen-Hai Chih, Ling-Chu Huang, Tsung-Ju Yang, (2016) "Prior knowledge, transformative learning and performance", Industrial Management & Data Systems, Vol. 116 Issue: 1, pp.103-121.

4) Lucia-Palacios Laura, Bordonaba-Juste Victoria, Polo-Redondo Yolanda, Grünhagen Marko, (2014) "Ebusiness implementation and performance: analysis of mediating factors", Internet Research, Vol. 24 Issue: 2, pp.223-245,

5) Chang-Tseh Hsieh, Fujun Lai, Weihua Shi, (2006) "Information orientation and its impacts on information asymmetry and e-business adoption: Evidence from China's international trading industry",
Industrial Management & Data Systems, Vol. 106 Issue: 6, pp.825-840,

6) Hsiu-Fen Lin, (2008) "Empirically testing innovation characteristics and organizational learning
capabilities in e-business implementation success", Internet Research, Vol. 18 Issue: 1, pp.60-78,

7) Dzansi, D.Y. and Pretorius, M. (2009), "The Development and Structural Confirmation of an Instrument for Measuring the Social Responsibility of Small and Micro Business In The African Context", *Social Responsibility Journal*, Vol. 5 Issue. 4, pp. 450 - 463.

8) Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol.18 No.1, pp. 39-50.

9) Hair, J. and Black, W. and Babin, B. and Anderson, R. (2041), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, Seventh Edition, Pearson Prentice Hall, and ISBN-13: 978-0138132637.

10) Negra, A. and Mzoughi, M.N. (2012), "How Wise Are Online Procrastinators? A Scale Development", *Internet Research*, Vol.22 No.4, pp. 426-442

11) Roman, S. (2006), "The Ethics of Online Retailing: A Scale Development and Validation from the Consumers Perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 72 No. 2, pp. 131-48.

12) Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). "*Research Methods for Business Students*", Prentice Hall, London, Fifth Edition.