

## بررسی تاثیر فرایند کسب و کار الکترونیکی بر ارزش تجاری (مطالعه موردی شرکت سایپا)

حمیرا حسین زاده ظروفچی\*<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشگاه آزاد شهر قدس، تهران، ایران.

\* نویسنده مسئول:

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر فرایند کسب و کار الکترونیکی بر ارزش تجاری (مطالعه موردی شرکت سایپا) می باشد. روش انجام این پژوهش توصیفی- پیمایشی است. در این پژوهش با استفاده از جدول مورگان از ۱۰۰۰ نفر جامعه آماری تعداد ۲۷۸ نفر از کارکنان شرکت سایپا به عنوان نمونه انتخاب شده اند تا در این پژوهش شرکت کنند. و روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از دو حوزه آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. یافته های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش از طریق خروجی نرم افزار SPSS به دست آمده است. برای آزمون فرضیه ها از آمار استنباطی استفاده شد. به این ترتیب ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده ها بررسی شد و سپس برای آزمون فرضیه ها با نرم افزارهای Amos که تحلیل عاملی تأییدی و محتوایی و همچنین تأثیر عامل ها از رگرسیون استفاده می گردد. جهت آزمون فرضیات پژوهش از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از روش حداکثر درست نمایی در نرم افزار Amos نسخه ۲۳ استفاده شده است. و در نهایت فرضیه های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

**واژگان کلیدی:** کسب و کار الکترونیکی، ارزش تجاری، مدل سازی معادلات ساختاری