

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر حمایت سازمانی دولت بر جهت گیری کار آفرینی، نوسازی استراتژیک و شهرت شرکت (مطالعه موردی: شرکت ملی نفت ایران)

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علی حیدر زاده - گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران

سید عباس ابراهیمی - استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از مطالعه حاضر بررسی تاثیر حمایت سازمانی دولت بر جهت گیری کار آفرینی، نوسازی استراتژیک و شهرت شرکت می باشد. پژوهش حاضر بر حسب هدف، از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران، معاونین و کارشناسان شرکت نفت در شهر تهران می باشند که براساس فرمول کوکران تعداد 212 نفر از مدیران، معاونین و کارشناسان شرکت نفت در شهر تهران به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شد. روش نمونه گیری در پژوهش حاضر نیز روش نمونه گیری تصادفی ساده بود. در این مطالعه به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق از آزمون های توصیفی و استنباطی استفاده شد که برای این منظور از نرم افزارهای SPPSS و LISREL برای تجزیه و تحلیل استفاده شد. نتایج نشان داد که حمایت سازمانی دولت بر جهت گیری کارآفرینی تاثیر معنادار دارد، جهت گیری کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک تاثیر معنادار دارد، نوآوری استراتژیک بر شهرت شرکت تاثیر معنادار دارد، جهت گیری کارآفرینی بر شهرت شرکت با نقش میانجی نوسازی استراتژیک تاثیر معنادار دارد و حمایت سازمانی دولت بر نوسازی استراتژیک با نقش میانجی جهت گیری کارآفرینی تاثیر معنادار دارد.

کلمات کلیدی:

حمایت سازمانی، جهت گیری کارآفرینی، نوسازی استراتژیک، شهرت شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986734>

