

<<企业政治策略与企业政治绩效的关联性研>>

图书基本信息

书名：<<企业政治策略与企业政治绩效的关联性研究>>

13位ISBN编号：9787308056281

10位ISBN编号：7308056287

出版时间：2008-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：卫武

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;企业政治策略与企业政治绩效的关联性研&gt;&gt;

## 内容概要

随着全球经济一体化趋势的加强,爱泼斯坦(1969)认为“企业已经步入政治竞争的时代”,政府或政府政策作为一种竞争工具,能拓展企业的外部生存空间,为企业创造有利的竞争环境。企业竞争环境和政府政策之间存在一种相互影响的关系。政府政策的不确定性导致企业商业交易费用的增加,而企业是否能够成功地运用政治权力获得潜在的利益将直接关系到企业的经营业绩及竞争力。企业在认真制定市场竞争策略去战胜对手赢得市场的同时,无不重视政治策略的制定与实施,通过影响政府政策的决策过程获得各种政府资源,提高企业政治绩效水平。在许多企业里,这已成为企业战略管理的重要内容。

企业为谋求有利于自己的市场环境而影响政府政策与法规制定和实施过程的策略称为企业政治策略(Corporate Political strategy),实施上述策略的行为称为企业政治行为(Corporate Political Action)。而企业政治绩效(Corporate Political Performance)是指企业在经营活动过程中制定和实施政治策略影响政府决策过程所消耗的政治资源与所获得的政治和经济利益之间的关系。因此,本书认为企业为了实现它们的政治目标,组织和控制各种政治资源与能力,制定与实施政治策略影响政府决策过程,从而获得各种政治和经济利益,这在某种程度上说明企业政治策略与企业政治绩效之间存在一定的关联性。

本书从不同研究视角分析了政治科学、经济学、管理科学和企业理论等相关学科对企业政治策略与行为的解释,评述了国内外学者对有关企业政治策略与行为方面的研究现状。而从战略管理角度来看,上述理论与实证研究都是基于一个潜在假设——“企业政治活动能够对组织绩效产生显著的影响”,并由此引出对我国企业政治策略与企业政治绩效之间的关联性研究。

本书主要分为理论研究和实证与案例研究两个部分:理论研究部分主要是通过对企业政治策略与企业政治绩效这两个研究对象之间关系的分析,综合国内外相关文献分别提出了两个理论模型;实证研究部分主要是通过访谈、调查问卷和企业网站收集相关的数据,对理论研究部分所提出的各种变量之间的关系进行验证。

在理论研究中,本书首先认为目前企业所面临的最大的不确定性不是来自于市场,而是来自于政府,政府不仅在体制方面给企业带来了巨大影响,而且通过政府的行为直接影响着企业的经营运作,企业采取政治策略与行为也有基于获取战略优势和利益上的考虑。其次,本书指出作为一种前摄性的策略,企业政治行为已经成为企业整体战略决策中的一个组成部分,而企业制定与实施政治策略通常面临三种政治决策:政治策略方式(交易和关系)、参与层次(单独和集体)、政治策略类型(直接参与、代言人、信息咨询、调动社会力量、政治关联、财务刺激、制度创新),从这三个方面可以深入分析行业结构特征、产品多元化程度、组织资源、政治经验、企业规模等各种因素对企业政治策略形成过程的影响,从而建立企业政治策略的决策树理论模型。最后,本书认为企业政治策略与行为可以创造各种政治和经济利益,通过对政治效率和政治有效性进行分析,一个标准的企业政治绩效评价系统可以分为政治优势源泉、政治竞争能力与优势、政府资源、财务绩效和市场绩效四个阶段以及效率、有效性和适应性三个维度,而一个环境的企业政治绩效评价系统通过分析偶然性变量、反应性变量和绩效变量对企业政治绩效评价过程的影响,从而建立一个相对完整的企业政治绩效评价系统(简称CPPA)理论模型。这两个理论模型结合中国特点对企业政治策略类型、企业政治资源与能力类型、企业政治绩效类型进行了探讨,为后文中有关我国企业政治策略的有效性以及它们与企业政治绩效关联性的实证研究作了理论上的铺垫。

在实证与案例研究中,本书首先认为一个企业政治策略的有效性取决于其政治目标的实现程度,即企业与政府和社会公众关系的改善程度以及它们的扶持程度,而一个有效的企业政治策略的特点主要表现在潜在价值、难以模仿和组织资源三个方面。根据企业对外部环境变化以及政治策略的导向性分析将我国企业政治策略类型进行分类,并运用组织边界延伸理论对我国企业政治活动强度进行划分,在此基础上,采取问卷调查方式收集相关数据,并运用方差分析、相关分析和回归分析的方法研究我国企业政治策略与其有效性之间的关系,从而解释

## <<企业政治策略与企业政治绩效的关联性研>>

了为什么有些企业政治策略的效果很好，而有些企业政治策略的效果很差。

这不仅可以帮助我国企业选择最合适的政治策略来影响政府决策过程，而且可以提高我国企业制定与实施政治策略的水平。

本书认为政府在企业政治活动中主要扮演三种角色——消费者、投资者和裁判员，而这三种角色之间的相互转换反映了企业政治资源与能力、企业政治策略对企业政治绩效的直接或间接影响，特别是对企业研发战略、企业国际化战略、企业横向一体化战略等竞争性战略以及企业政府合同对企业政治绩效的间接影响。

因此，基于企业政治策略与企业政治绩效关联性的理论模型以及10个研究假设，本书以我国企业为研究对象，利用问卷调查获得的数据，运用因子分析法对企业政治资源与能力、企业政治策略以及企业政治绩效进行研究，从实证角度再次验证并解释了我国企业政治资源与能力、企业政治策略以及企业政治绩效的类型与层次，采用结构方程分析方法对我国企业政治资源与能力、企业政治策略、政府合同、企业竞争性战略与企业政治绩效之间的关系进行分析，并验证了其中的大部分研究假设及其主要观点，为前人有关的部分结论提供了数据支持。

从理论上讲，也对许多企业政治行为与策略理论和战略管理理论中公认的关系进行了很好的解释和说明。

随着企业经营活动中政治意识的加强，政治关联策略的运用越来越受到企业界的关注，并给企业带来了政治利益和经济效益。

而在中国，企业新闻不仅反映企业在经营活动中采取各种方式加强与政府之间的沟通和联系情况，而且还反映企业在经营活动中所获得的各种政治利益和经济效益。

因此，本书以我国76家企业网站上的新闻报道为研究对象，通过内容分析法对我国企业经营活动中的政治关联策略和政治绩效进行分类，采取频数统计、逐步回归、时间序列和相关性分析等方法分析我国企业经营活动中的政治关联策略与政治绩效之间的关联性，其研究结果表明不同性质企业对不同政治策略的重视程度以及对政治绩效的影响程度有所不同。

在剔除不同时期政治事件的影响后，我国企业实施政治关联策略已经成为一种日常性的经营活动。

最后，本书分别对6个企业的相关新闻报道的情况进行比较分析，以期了解这些企业经营活动中的政治关联策略对政治绩效影响的真实情况。

而这种从理论和方法上对我国企业与政府之间关系的实证分析，为我国企业经营活动提供了理论和实践指导，从而推动了我国企业政治活动的开展与实施。

企业的政治策略与行为是一种非常普遍的社会现象，然而，很少有企业将它提升到战略的高度来进行规划和实施。

本书基于目前流行的市场战略理论和框架来分析企业政治战略的制度问题，尽管方法相似，但企业的政治战略与市场战略在内容上几乎完全不同。

确定政治目标是企业政治战略制定的第一步，政治目标是为企业的市场目标服务的；与市场战略的制定一样，第二步需要分析企业的外部环境与内部条件，两者共同决定了企业的战略选择；接着从不同的战略选项和策略选项中选择最合适的战略与策略或策略组合；最后，再将政治因素与市场因素进行有效的整合。

本项研究得到教育部人文社会科学研究基金项目(批准号：06JC630029)以及国家社会科学基金研究项目(批准号：07CTQ013)资助。

#### 作者简介

卫武，男，1976年7月生，湖北鄂州人，于2004年12月获得华中科技大学企业管理专业博士学位，现为中南财经政法大学工商管理学院教师，主要讲授“管理学通论”、“管理学原理”以及“市场营销学”等课程，研究方向为企业战略、市场营销、企业应对外部环境的行为与策略以及组织知识转化和知识资本。

## <<企业政治策略与企业政治绩效的关联性研>>

### 书籍目录

|           |                    |                               |                               |                        |                       |                          |                  |
|-----------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| 01 绪论     | 1.1 研究背景           | 1.2 研究目的与意义                   | 1.3 研究理论基础——战略管理理论            | 1.4 相关概念的界定            | 1.5 数据来源和研究方法         | 1.6 可能的创新之处              | 1.7 技术路线和结构安排    |
| 02 相关文献综述 | 2.1 企业政治策略的理论基础    | 2.2 企业政治策略与组织绩效关联性：国外相关研究现状分析 | 2.3 企业政治策略与组织绩效关联性：国内相关研究现状分析 | 2.4 研究的方法              | 03 企业政治环境、战略利益与政治策略研究 |                          |                  |
|           | 3.1 企业面临的政治环境      | 3.2 企业面临的政府环境                 | 3.3 企业政治环境对战略利益的影响            | 3.4 企业政治策略：企业应对政治环境的变化 | 3.5 企业政治策略：中国的情形      | 3.6 研究结论及其意义             | 04 企业政治策略的决策过程研究 |
|           | 4.1 企业对公共政策变化的反应模式 | 4.2 企业政治行为：一种前摄性策略            | 4.3 企业政治策略的决策过程               | 4.4 研究结论及其意义           | 05 企业政治绩效评价系统模型研究     |                          |                  |
|           | 5.1 CPPA系统的理论基础    | 5.2 标准的CPPA系统                 | 5.3 环境的CPPA系统                 | 5.4 讨论及其意义             | 06 我国企业政治策略有效性分析      |                          |                  |
|           | 6.1 企业政治策略目标       | 6.2 企业政治策略有效性的特点              | 6.3 我国企业政治策略分类研究              | 6.4 我国企业政治策略有效性的实证研究   | 6.5 研究结论及其意义          | 07 我国企业政治策略与企业政治绩效的关联性研究 |                  |
|           | 7.1 政府角色分析         | 7.2 理论模型与研究假设                 | 7.3 研究方法与数据收集                 | 7.4 结果与讨论              | 7.5 研究结论及其意义          | 08 我国企业经营活动中的政治关联策略研究    |                  |
|           | 8.1 研究方法与设计说明      | 8.2 我国企业政治关联策略与政治绩效的内容分析      | 8.3 我国企业经营活动中的政治关联性分析         | 8.4 案例企业分析             | 8.5 研究结论及其意义          | 09 企业政治战略的制定：一个分析的框架     |                  |
|           | 9.1 企业政治战略目标       | 9.2 评估外部环境与内部条件               | 9.3 政治战略与策略选项                 | 9.4 政治因素与市场因素的整合       | 10 研究结论及其展望           |                          |                  |
|           | 10.1 研究结论          | 10.2 研究的局限性                   | 10.3 进一步研究的方向                 | 附录                     |                       |                          |                  |
|           | 附录1 作者曾经发表的学术论文情况  | 附录2 作者曾经参与的科研课题情况             | 附录3 我国企业与政府关系现状调查问卷           | 附录4 部分网上查询的企业名录        | 参考文献后记                |                          |                  |



章节摘录

01 绪论 1.1 研究背景 企业与政府是现代市场中的两种基本力量，它们之间从合作到竞争，从友好到对立。

古典经济理论认为市场是完美的，有“一只看不见的手”在自动调节市场的生产和交换，自动实现经济效率的帕累托最优而不需要政府的任何干预。

然而，20世纪30年代凯恩斯主义的出现使现代市场远离了古典自由市场的假定，政府干预大行其道。

自20世纪30年代，特别是20世纪70年代以来，西方各国政府在各个方面和各个层次上加强了对企业的管理和控制。

、几乎所有层面上的政府都卷入了企业的决策。

大量涉及企业运作的国会（在中国是全国人大）法律和政府规章对企业的战略环境造成了很大的影响。

政府对经济的干预是企业面临的重要风险之一，政府某些政策的出台甚至直接威胁到企业的生存和发展，比如排污标准或其他行业标准的出台会直接威胁到一些中小企业的生存。

对中国企业而言，转型经济的特征使中国企业比西方企业面临着更多的政府干预和更大的政府影响，企业所面临的最大的不确定性来自于政府的政策而非市场。

另一方面，政府又是企业所面临的一个潜在的巨大市场，政府是市场中最大的买家。

政府的需求从特殊的军用品比如飞机、坦克、潜艇到一般的办公用品比如电脑、办公桌、打印纸、电话机等等。

政府的订单是所有军工企业生存的基础，也是国有企业和很多民营企业生存的基础。

政府的其他资源包括税收优惠、许可证、产业政策、进出口政策、土地使用优惠政策等等，都对企业的生存与发展具有重要影响。

政府作为企业的一个利益相关者的角色的增强，使企业不得不通过采取政治行动致力于搞好与政府的关系，影响政府的决策，维护企业自身的利益，这是企业政治行为产生的一个主要而根本的原因。

从20世纪六七十年代开始，西方资本主义掀起了一股经济和金融自由化的浪潮，大量的政府垄断被打破，市场竞争不断增强。

进入20世纪90年代后，随着经济全球化的加剧，企业所面临的市场竞争变得更加激烈，企业发现它们越来越难以持续地保持其在各自领域的竞争优势。

日益激烈的市场竞争促使企业着眼于从市场外获取竞争优势。

传统的竞争理论是由波特建立起来的，波特通过关注企业所处行业的环境，并分析行业中五种竞争力量对企业竞争地位的影响，从而为企业通过市场手段获取竞争优势提供了指导。

然而，现代企业已经认识到，市场并不是企业获取竞争优势的唯一来源，越来越多的企业意识到，政府的管制和政策是它们获取竞争优势的又一个重要来源。

企业通过促使政府对竞争对手或替代品生产商施行管制，或赢得与竞争对手相比更加优惠的政策，或通过某些政策影响上下游企业而赢得讨价还价的能力，从而获得超越竞争对手的比较优势。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>