

<<企业职能战略执行中的共识问题研究>>

图书基本信息

书名：<<企业职能战略执行中的共识问题研究>>

13位ISBN编号：9787513013352

10位ISBN编号：7513013357

出版时间：2012-6

出版时间：知识产权出版社

作者：杨丽

页数：202

字数：235000

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>

<<企业职能战略执行中的共识问题研究>>

内容概要

本书分析了中国企业战略管理的现状及特点，并盘点了影响企业战略执行的各类因素，继而针对影响战略执行绩效的重要因素——共识进行了深入分析。

在对共识相关文献回顾的基础上，对战略共识这一概念的内涵、范围、内容及层次等进行了界定，并构建了包括前定变量团队流程（包括冲突和沟通）、调节变量环境的不确定性、结果变量执行绩效的共识研究的理论模型，进而对变量之间的关系进行了实证检验。

结果发现，共识由认知、认同和承诺三个维度构成，提出了战略执行中应从战略认知、认同及承诺三个层面提升战略共识，从而提升战略执行绩效的思路，为战略管理领域的研究者及实践者提供管理启示

作者简介

杨丽，女，汉族，1979年生，内蒙古巴彦淖尔市乌拉特前旗人，现为中华女子学院管理学院讲师。

1997～2001年，就读于内蒙古财经学院贸易经济系（现更名为内蒙古财经大学市场营销系），专业为市场营销，获经济学学士学位；2003～2006年，就读于北京工商大学经济学院，专业为产业经济学，获经济学硕士学位；2006～2009年，就读于中央财经大学商学院，专业为跨国公司管理，获经济学博士学位。

读博期间，获得国家留学基金委“2007年国家建设高水平大学公派研究生项目”支持（留金出[2007]3020号），赴瑞士卢加诺大学企业沟通系访学半年；2009年7月至今，就职于中华女子学院管理学院，主讲课程为市场营销、市场调查与预测、管理沟通等。

迄今已在国内外专业期刊发表《微博与企业危机公关管理研究》、《“职微博”初探》、Making Strategy Work: A Literature Review on the Factors influencing Strategy Implementation等学术论文十余篇，编译《商务管理综合应用》、《电话营销》、《零售管理》、《服务市场营销》、《旅游市场营销》等书籍近十本，主持或参与“微博的商业模式及营销创新研究”、“企业内部沟通策略”等横向及纵向课题数十项。

书籍目录

第一章 导论

第一节 中国企业战略管理的现状及特点

第二节 企业战略执行的影响因素

本章小结

第二章 研究问题

第一节 研究内容及意义

第二节 研究创新点

第三节 研究方法

第四节 研究体系

本章小结

第三章 文献回顾

第一节 相关概念界定

第二节 以往研究回顾

本章小结

第四章 理论模型和假设

第一节 共识的含义、范围、内容及层次

第二节 理论模型的构建和假设的提出

本章小结

第五章 研究设计

第一节 变量的测量

第二节 数据收集

本章小结

第六章 数据分析及假设检验

第一节 变量的效度和信度检验

第二节 描述性统计分析

第三节 相关分析

第四节 回归分析

第五节 数据分析结果

本章小结

第七章 研究结论与展望

第一节 研究结论

第二节 研究局限及未来研究展望

本章小结

附录

附录1 有关共识的实证研究

附录2 有关共识的理论研究

附录3 营销战略执行调查问卷

附录4 财务战略执行调查问卷

附录5 人力资源战略执行调查问卷

附录6 战略共识测量条款 (Knight等,1999)

参考文献

后记

章节摘录

3.沟通包含合作性沟通和竞争性沟通两个维度 因子分析和信效度检验结果表明,沟通可以被分为合作性沟通和竞争性沟通两个维度,这与研究设计相符合。

其中,合作性沟通是指在沟通中强调共同目标,寻求共赢的沟通方式,鼓励成员直接表达其思想与情感,进行开放式的讨论。

竞争性沟通是指把沟通作为输赢之争,在沟通中坚持己见。

4.环境不确定性可被分为宏观环境不确定性和行业环境不确定性 因子分析和信效度检验结果表明,环境不确定性被分为宏观环境不确定性和行业环境不确定性,这与研究设想相一致。

其中,宏观环境的不确定性包括政治法律环境、经济环境、社会文化环境、技术环境的不确定性,行业环境的不确定性包括现有同类企业间的竞争程度、潜在进入者的威胁、上游供应商的讨价还价能力、替代性产品(或服务)的威胁、顾客的讨价还价能力。

5.执行绩效是单维度的 执行绩效的因子分析和信度检验结果显示,执行绩效是单维度的,和研究设计相符。

部门的战略举措都得到了执行、部门在计划时间内完成了战略目标、部门在预算范围内完成了战略目标、部门完成的任务达到了相关要求、每个部门成员都完成了自己的工作任务等题项可以很好地衡量这一变量。

(二)团队流程(冲突与沟通)与共识(认知、认同、承诺)的关系 1.冲突对认知、认同、承诺的影响都不显著 实证分析结果表明,冲突对认知、认同、承诺的影响都不显著。

原因之一可能在于,前面提到样本中有一些来自同一公司同一部门,对提供部门真实冲突状况的信息心存顾虑,因而趋向于选择较低的冲突分值。

原因之二可能在于,冲突与沟通之间存在相互影响的关系,合作性沟通可能降低冲突,而竞争性沟通可能使冲突升级。

合作性沟通的均值为5.3729,而竞争性沟通的均值为3.1403,冲突的作用可能被合作性沟通部分抵消。

2.合作性沟通对认知、认同、承诺都有显著的正向影响,竞争性沟通对认知、承诺有显著的负向影响,但对认同的影响不显著 沟通的两个维度(合作性沟通和竞争性沟通)与共识的三个维度(认知、认同、承诺)之间表现出不同的关系。

其中,合作性沟通对认知、认同、承诺都存在显著的正向影响。

沟通的合作性程度越高,越有利于职能部门成员之间信息交流的顺畅进行,从而会提升所传递信息的认知、认同和承诺水平。

相比较而言,竞争性沟通对认知、承诺存在显著的负向影响。

原因可能在于在竞争性沟通风格的背景下,尽管可以充分表达个人的观点,但容易引发激烈的争执乃至恶性的冲突,干扰信息的进一步传递和吸收,最终影响成员的认知及承诺的水平。

竞争性沟通与认同关系不显著,原因可能在于:认同可以被分为感性认同和理性认同,其中感性认同是指受个人主观情绪、个人喜好的影响产生的赞同,具有一定程度的盲目性;理性认同是指经过客观、理性的思考和判断产生的赞同。

个人在对一项战略做判断时,如果感性认同占主导,而且沟通的竞争性很强,可能导致认同水平较低;如果理性认同占主导,即使沟通的竞争性很强,个体会趋向于对战略做出理性、客观的判断,受竞争性沟通的影响较小。

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>