

文章编号: 1000-2995(2006)03-008-0067

企业战略变革: 内涵与测量方法论探析

陈传明, 刘海建

(南京大学商学院, 江苏 南京 210093)

摘要: 迄今为止, 关于战略变革的研究虽然在国际上已经比较成熟, 但在国内却非常鲜见, 大多为一些定性的研究。这种现象的主要原因在于国内在战略变革的定义与测量方法论上储备不足。本文首先从战略的定义源头谈起, 讨论了战略变革的内涵; 在此基础上, 本文继续总结了国内外目前战略管理测量的四个角度与四种测量方法, 最后提出了战略变革测量在中国的具体应用。

关键词: 方法论; 战略变革; 编码; 调查者推断

中图分类号: F270

文献标识码: A

以国际上著名战略管理期刊《Strategic Management Journal》的创刊时间 1980 年为标志, 迄今为止, 战略管理学的研究已经发展成为一门成熟的学科。而国内最近两年来在重要的管理学期刊中, 关于战略管理的文章也大量涌现(许德音和周长辉, 2004)^[1]。但作为战略管理的一个重要分支, 战略变革却很少在国内的管理学期刊中所见到, 这不能说不是一个遗憾。究其原因, 主要是国内管理学界对战略变革的内涵、方法论上还没有做好充分的储备。

在这里要明确一点, 研究方法论不是具体的研究方法。所谓方法论, 是指对给定领域中进行探索的一般途径的研究。而方法, 是指用于完成一个既定目标的具体技术、工具或程序(埃思里奇, 1998)^[2]。本文旨在对国内外企业战略变革的测量方法论进行研究, 并分析企业战略变革的研究在中国应该如何进行。

1 战略变革的内涵

企业战略变革, 顾名思义, 是指企业战略的改变。要探讨战略变革的涵义, 必须对战略的定义进行一下归纳。那么, 何谓企业战略?

“战略”最先起源于古希腊语中“strategos”一词, 意思是“综合管理的艺术”。而后来该词义又于上个世纪 50 年代被哈佛商学院的同事们引进了组织理论。当时, 哈佛学派对于企业战略的看法是, 战略是一种标准化的、一种被看作“势”的艺术, 即能够融合各种复杂的决策而使企业获得在形势上有利的艺术(Andrews et al 1965)^[3]。而 Chandler(1962)把战略看作一种描述性的概念, 意思是“能够达到企业长期目标或目的的一种决定因素。为了达到这一目标, 企业必须采取必要行动, 同时在企业内部合理地分配资源”^[4]。因此, 在 Chandler(1962)的定义中, 战

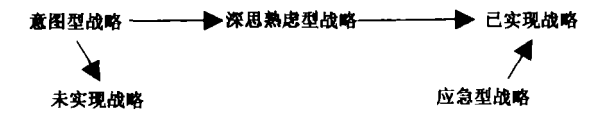
收稿日期: 2004-12

基金项目: 该研究受到国家自然科学基金《企业战略调整的内部影响因素研究》(批准号: 70472045)的资助。

作者简介: 陈传明(1957-), 男(汉), 江苏省南京市人, 南京大学商学院副院长、教授、博士生导师。研究方向: 企业战略管理, 企业组织理论。

刘海建(1975-), 男(汉), 山东省寿光市人, 南京大学商学院教师, 管理学博士。研究方向: 企业战略管理, 企业组织理论。

略既包括了企业要实现的目标,也包括了达到目标的手段。而最近,西方管理学者主要通过两分法来定义战略。战略可以分为两个部分:战略形成 (formulation)与战略执行 (implementation)。前者是指企业决策者有意识的、有目的的一个决策选择过程,而后者是指在战略的具体执行时,由于外界不确定因素的影响,战略的最后结果往往与最初的设想有很大偏差。Mintzberg (1978)更把战略进行了具体的细分,企业最初设想的、经过详细筹划的战略称为“意图型战略 (intended strategy)”,而这种战略可能在执行中发生偏差,一部分最初的战略目标得以实现,这部分战略称为“深思熟虑型战略 (deliberate strategy)”。而另一部分没有实现最初战略目标战略,称为“未实现战略 (unrealized strategy)”。而对于足以导致偏差的部分——企业可能最初没有想到,但后来却以结果的形式表现出来,称为“应急型战略 (emergent strategy)”。而“深思熟虑型战略”与“应急型战略”共同构成了“已实现战略 (realized strategy)”^[5]。以下是 Mintzberg (1978)的分类图:



来源: Mintzberg, H, 1978, Patterns in strategy formation, Management Science, Vol. 24, P. 945.

到目前为止,经过近 50 年的发展,随着理论体系与方法论的逐步完善,战略的概念也相对比较成熟。这为我们定义战略变革的内涵奠定了理论上的基础。

“战略变革”是一个比较抽象的概念,从以上关于战略定义的文献中,我们可以看出,战略变革与企业的复杂决策有关;而且根据 Chandler 关于战略的定义,战略变革既包括企业目标的改变,也包括了执行手段的改变。该改变过程不仅在战略的形成阶段就已经发生,而且在战略的执行阶段也会持续地发生。Mintzberg 所定义的各种战略类型正是战略变革含义的真实写照。概括起来,战略变革包括以下内容:

1.1 战略变革与企业内外部环境有关

战略变革的发生,是受企业内外部环境的变

化所推动的。企业内部的环境包括企业的组织结构 (Miller 1994a)^[6]、企业文化 (Ruelf 1997)^[7]、企业家或高层管理团队的认知 (Hambrick 1979)^[8]、企业规模 (Hannan & Freeman 1977 1984)^{[9][10]}、企业年龄 (Hannan & Freeman 1977 1984)^{[9][10]}、企业成长历史 (Boeker 1989)^[11]等,而外部环境包括企业外部环境的不稳定程度 (Miller 1994b)^[12]、市场竞争激烈程度 (Miller 1994b)^[12]、国家或当地政策或法律法规的变动 (Ruelf 1997)^[7]等,以上因素都可能导致战略变革的发生。

1.2 战略变革的效果

战略变革是否就一定能够导致企业绩效的改善呢?答案是不确定的。有的学者认为战略变革是有益的,国内的所有学者 (陈传明, 2002 路风, 2002 程向南等, 2003)^{[13][14][15]}、国外的很多学者 (Chandler 1962 Chandler 1977) 都持这种观点^{[4][16]}。但是也有学者认为,频繁的战略变革对于企业绩效有害无益,尤其是对于企业年龄非常小的企业而言 (Hannan & Freeman 1984)^[10]。战略变革之所以发生这种结果,我们可以引用 Mintzberg (1978)关于战略分类的理论来解释^[5]。当战略形成后,战略在执行的过程中,势必受到企业内外部环境的影响,因此战略变革的结果是不确定的。目前,国内企业界虽然认为战略是一个非常重要的概念,但是却非常不认可理论界关于战略管理的研究,并认为战略是一个非常虚幻的概念。国内企业界的这一现象我们可以在这里得到一定的解释。

1.3 战略变革涉及到资源的重新再分配

战略变革与资源分配有关,这一点我们可以从 Chandler (1962)对于“战略”的定义中推断出来^[4]。战略变革首先涉及到组织结构的调整。Miller (1994a)认为,不同类型的战略对应不同的组织结构,比如成本领先型战略需要机械型组织相匹配,而有机型组织适合追求柔性战略或者追求特色战略 (differentiation)的企业^[6]。这个观点与 Chandler 于 1962 年所提出的“结构追随战略”的论断是一脉相承的^[4]。战略变革其次涉及到人力资源的巨大调整。按照波特的三分法,成本领先的战略追求成本控制,那么必然需要精通成本控制的人才来执行这一战略,因此,财务型人力

更受企业的青睐。战略变革也涉及到物力资源或财务资源的调整。比如为了执行某一战略, 必然需要一定的人、财、物的支持。

2 战略变革测量的角度与方法

2.1 战略变革测量 (measurement) 的角度

在明确了战略变革的框架后, 那么如何测量战略变革? 在这一过程中, 美国南加州大学的两位教授 Rajagopalan & Spreitzer (1996) 的贡献值得一提。他们在《管理评论》上发表的文章《战略变革: 多视角研究与一个综合框架》一文提出了战略变革测量的角度, 而该文也成为战略变革管理学文献中的一篇标志性的代表作, 并成为该领域被引用次数最多的文献之一^[17]。在文章中, 这两位作者认为战略变革主要包括四个方面:

2.1.1 战略变革发生的可能性

该方面的文献重点研究当企业内外部环境发生变化时, 企业战略变革发生的可能性会发生变化。Hannan & Freeman (1984) 用公式来说明了战略变革发生的可能性与组织结构的情性 (inertia) 有关^[19]; Ruelf (1997) 等学者研究了美国航空业于上个世纪 80 年代中叶解除管制后, 国家政策或法律法规的变化影响战略变革发生的可能性^[7]。

2.1.2 战略变革内容上的变化

内容上的变化主要指战略从一种形式转化为另一种形式。一些学者针对特定的产业, 比如教育产业, 来谈战略变革内容上的变化。Zajac & Kaaartz (1993) 以美国的大学为例, 研究了大学教育的课程设计、专业设置的变化与大学规模、年龄、学生入学率的关系。这里学科课程的变化、理科专业与人文学科设置的变化即是表示战略变革的测量变量^[18]。

2.1.3 战略变革力度的变化

该视角首先对战略进行分类, 然后, 再对各战略在相隔一定的时间段后, 企业重视程度之差来表示战略变革的力度。迄今为止, 国内外学者对于企业战略做了多种分类, 如波特 (1980) 把战略

分为成本领先、差异化、目标集聚三种形式^[19], Miles & Snow (1978) 把战略分为先知先觉者 (prospector)、先知后觉者 (analyzer)、后知后觉者 (defender)、反应者 (reactor) 四种战略形式^[20]。而 Maidique & Patch (1982) 也把企业战略分为领先 (first mover) 战略、低成本战略 (low-cost producer)、追随 (second mover) 战略、利基 (niche)^① 战略四种形式。在对这些战略进行分类的基础上, 然后求出这些战略企业重视程度的差异, 以此来表示企业战略变革^[21]。比如美国哥伦比亚大学商学院的管理学教授 Boeker (1989) 以美国硅谷的 30 个半导体企业为例, 并引用了 Maidique & Patch 的战略分类, 在此基础上, 研究了这些企业战略类型在企业创立与目前阶段企业分别重视程度的差异, 来表示战略变革^[11]。

2.1.4 战略变革持续的时间

该视角认为, 企业战略变革的时间有长有短, 若战略转变发生的时间很长, 则战略变革发生很困难; 若时间很短, 表明很容易发生战略变革。Ginsberg (1990) 研究了美国的各大医院在美国联邦法案撤消了美国原先各医院的垄断地位后, 如何从非利润型组织转变成利润型组织。在这里, 该转变过程发生的时间长短表示了战略变革的大小^[22]。

2.2 战略变革测量的方法

到目前为止, 国内外理论学界主要用以下四种方法来测量战略变革:

2.2.1 编码 (coding) 的方法

该方法是专门对二手资料进行的研究, 这是研究战略变革的常用方法。二手资料专门指国家或政府出版物、新闻机构的出版物、图书馆文献、企业公开的经过许可而使用的内部资料等。使用该方法时, 首先组成不超过 5 个人的团队: 1 个主持人, 3-4 个参与人。首先, 在主持人的指导下, 其它人员参与, 参考国外文献, 针对二手资料的具体情况, 进行编码, 制定结构式 (structural) 问卷或半结构式 (semi-structural) 问卷; 其次由参与人对二手资料的叙述情况, 填写已经制定的问卷。但要注意, 为了保证参与人填写问卷的信度 (reli-

① 利基战略是指企业针对特定的目标市场, 以特定的技术、产品与服务来满足客户的需求。该战略一般适用于企业实力不是特别强大时的情形。

ability),即保证问卷人填写问卷主观态度的一致性,必须计算问卷人之间的主观态度稳定性(inter-rater reliability)。

国外学者很早就进行了此类研究。Miller (1994b)针对加拿大魁北克地区说法语的企业,专门应用加拿大权威的出版物,指导自己的三个博士研究生,研究了当企业成功之后企业“惰性”的演变,在“惰性”变化的过程中,企业战略很难发生变革^[12]。国内学者也进行了该方面的尝试(贾良定等,2004)^[23]。

该方法最大的优势是成本低,简单易行。实行该方法只要有一个团队与几本权威的二手出版物,就可以运用该方法。但该方法对研究团队的素质与二手资料的权威性要求比较高,受研究者的主观性的偏见影响非常大。而且,该方法仅仅对特定的对象、在特定的环境下进行研究,所以缺乏外部效度(external validity),即很难把该研究的结果推广到普通总体。比如贾良定等的研究,仅仅对中国民营企业家在特定背景下进行研究,而如果对中国国有企业的企业家而言,则未必适用。

2.2.2 调查者推断 (investigator inference)的方法

该方法与方法(1)的相同之处在于,两者都是采用基于研究者本人的判断而对战略变革进行打分。不同之处在于,该方法主要是研究者利用一手资料进行的研究。在操作时,研究者首先对企业适用的战略类型进行分类,然后与企业的高层管理人员进行面对面的访谈。根据高管人员的回答,研究者就可以推断企业所采用的战略类型,进而对企业战略变革进行研究。

本方法被案例研究的人所广泛采用,比如Eisenhardt (1989)以四个电子企业作为案例,最终归纳出了这些企业所采用的战略类型。该方法的重大优势在于研究者比除高管人员之外的大多数人都了解企业的情况,而且,结合一个研究的理论框架,研究者能够非常客观地看问题^[24]。该方法最大的缺陷是研究时所使用的样本往往很少,而调查者很难深入到企业内部的决策,大多只能依靠猜测。

2.2.3 被调查者自我打分 (self-typing)的方法

克服第一种方法缺陷的另一种方法是让被调查企业的管理者来对该企业的战略变革进行打

分。该方法主要是应用第一手资料进行打分。前提是该方法必须让管理者具备研究者关于战略变革分类的定义与知识。该方法实际上可以应用调查量表的形式来进行。国外学者认为,应用第一手资料,主要有三种方法:访谈(interview)、观察(observation)与量表调查(questionnaire)。被调查者自我打分(self-typing)的方法主要是指第三种方法(Collis & Hussey, 2003)^[25]。实行该方法时,首先需要被调查者理解关于战略分类的知识,然后由其对被调查企业进行打分,其方法与一般的量表调查无异。

Miles & Snow & Coleman & Coleman (1978)应用 Miles & Snow (1978)战略类型的四分类方法^[20],在一项 27个食品加工与 27个电子公司的研究中,首先进行一次访谈,向这些企业的高层管理者介绍了这四种战略类型,然后再对这些战略类型之间的变化进行研究^[26]。而 Snow & Hebiniaik (1980)是在一个邮寄的量表调查中,附带了一份关于 Miles & Snow 的四分法的说明资料,而以此对战略变革进行研究。但是,有一点要说明,在对战略类型的事先说明资料中,不能表示以先知先觉者、先知后觉者、后知后觉者、不知不觉者术语的形式,而要经过设计的、通俗易懂的方式^[27]。而 Boeker (1989)以美国硅谷 20个半导体企业的例子研究战略变革时,也采用了该方法。他首先对战略的类型进行研究,先后参考了 Miles & Snow (1978)的四分法^[20]、Porter (1980)的三分法^[19]、Maidique & Patch (1982)的战略四分法^[21],最后采纳了 Maidique & Patch 的方法。然后由这 20个企业的经理人员对企业的战略类型采用百分制的方法进行打分。首先回忆企业最初创立时的企业战略偏重程度,然后在思考企业目前的战略偏重程度,再用各种战略类型的前后相减所得到的差值来表示战略变革的大小^[11]。

该方法最大的优势是克服了编码(coding)方法的缺陷,能够结合大量样本进行说明,因此结果的精确性比较高。但该方法也有以下缺陷:一是许多企业高层管理者都认为,本企业的战略具有独特性,是难以用研究者本人对于战略的分类能够概括得了的。实际上,该方法恰恰是战略管理中资源学派(resource-based approach)的反面,因为根据该学派的观点,企业的战略是独一无二

的, 能够为企业带来竞争优势。二是该方法的误差也很大。Snow & Herbiniaik (1980) 发现, 当采用该方法使用调查问卷对企业进行调查时, 企业内部的不同管理人员对于该企业到底采用什么战略存在分歧, 这就削弱了答题者之间的信度 (inter-rater reliability), 进而破坏了研究结果的准确性^[27]。三是该方法仅仅是企业内部人员对于该企业战略的看法, 而该企业的实际执行的战略按照企业外部局外人的眼光来看可能是另一种情况。因此, 该方法也缺乏企业外部的验证性 (external confirmation)。

2.2.4 外部评估 (external assessment) 的方法

该方法主要是利用企业外面的专家人员对企业的战略变革进行打分。这些专家人士可能包括企业的竞争对手、咨询公司专家、行业分析师、大学该研究领域的知名教授、政府人员等。Hambrick (1979) 应用了专家组对健康护理、高等教育、保险三个行业进行战略评估, 而且发现, 专家组在这三个行业各企业战略类型的打分一致性非常高^[8]。

该方法最大的优势是结合了专家们的意见, 相对来说比较具有权威性与企业外部验证性。但是也具有两个方面的不足, 一是该方法应用起来具有一定的局限性。对于企业的战略类型来说, 最准确的判断必定是企业内部高级管理人员、研究者、企业外部专家人员对于企业战略的共同认可。就是说, 假如以上三方对于企业的战略类型存在共识, 则企业的战略类型的判断准确度就比较高。然而, 在这三者之间, 达成共识的可能性非常小。企业内部管理人员与研究者所指的战略类型是 Mintzberg (1978) 所说的意图型战略 (intended strategy), 而企业外部专家所指的战略类型往往是已实现战略 (realized strategy)^[5]。二是该方法的使用范围相当有限。最理想的战略变革研究应该用足够的样本, 并采用随机的取样方法。但在该方法实际操作的过程中, 如果采用随机方式大量抽样, 则外部专家的个人判断毕竟是有限理性的, 所以未必很熟悉随机选择的样本而导致战略类型的判断失误; 但是如果专门选择专家人员熟悉的企业, 则往往破坏了取样的随机性。

3 中国式背景下战略变革的测量

如前所述, 在中国背景下, 战略变革的实证研究是不多见的。这将无法实现战略变革知识的创造与积累 (Collis & Hussey 2003)^[25]。那么, 战略变革的测量应该从何进行呢? 笔者认为, 在中国式研究背景下, 战略变革的测量主要从样本与测量变量两方面入手。

3.1 研究样本

在国际上流行的战略变革的研究中, 所采用的样本类型选择很广泛。有的是非赢利组织, 如医院、学校等事业机构, 也有的是赢利组织, 如 IT 行业。采用非赢利组织作为战略变革研究的样本主要是因为这些非赢利组织的政府主管部门每年都会出版详尽的行业单位的资料, 比如美国的航空产业、医疗护理产业、高等教育等产业, 这些产业里的机构经常被美国的研究者作为战略变革研究的样本。

之所以采用这些机构或单位作为研究的样本, 首先是因为这些样本的资料在美国非常容易获得, 而且, 在美国特定的历史时期, 美国联邦政府或州政府针对这些产业的政策发生了很大变化, 比如 80 年代美国航空业的解除管制、高等教育机构中文科学学位的日益重视、医疗护理行业的打破垄断等, 这些政策都导致了这些行业里的单位或机构必然要进行战略变革。所以, 选择这些行业的单位作为研究战略变革的样本具有很高的代表性。第三, 战略变革的测量也相对来说比较容易衡量。比如用大学学科的变化、学位授予类型的变化等变量来表示在高等教育机构里的战略变革; 用医院里各种服务类型的变化或重视程度来表示医院的战略变革的变化等。而在中国进行战略变革的研究, 样本的选择主要应该考虑好两个原则、两个条件。

3.1.1 取样的原则

3.1.1.1 可获得性的原则 在中国的各行业, 官方统计数据的详尽程度相比起美国来, 还是有很大差距的。比如, 以上所说的三个行业的详尽数据在我国是很难获得的。所以, 可获得性的原则是中国研究的同行要密切注意的一个方面。中国同行的战略变革的研究必然是尽量选择赢利性商

业企业作为样本。

3.1.1.2 科学性的原则 如前文里所讲的战略变革的四种测量方法与测量角度,选择样本也要尽量扬长避短。笔者认为,战略变革的编码方法在中国已经有学者在应用,这是一个可喜的现象,但该方法实际操作起来还是有很大的难度。而研究者推断方法与内部人员打分法也是进行中国式研究可以借鉴的方法,而且这两种方法也具有一定的可操作性。而第四种方法目前还很少有人使用。这表明,这种方法的难度还是非常大的。笔者推荐第二、第三种方法。

3.1.2 所选择的行业

对于所选择的行业,主要应该把握住两个原则:

3.1.2.1 尽量选择竞争比较激烈的行业 借鉴国外同行的经验,在选择有代表性的样本时,尽量选择该行业政策出现巨大变更的行业。所以在我国进行研究时,该行业应该是一个经营环境不确定性程度非常高的行业,比如家电、IT行业等,而不能是垄断性的行业。

3.1.2.2 在研究时,尽量选择一个行业作为研究样本 在研究的过程中,选择一个行业的企业作为样本最具有可比性。而且,对于不同的行业来说,行业中的企业所选择的战略分类必然是不同的。如国外学者 Boeker(1989)的研究中选择 IT 行业作为研究样本时,专门比较了各种战略的分类方法,最后确定 Maidique & Patch 的战略分类方法最符合行业的实际情况^[11]。

3.2 测量变量

在国外同行的研究中,一般从战略变革的四个角度出发来用变量表示战略变革。在此,笔者尝试给出了战略选择的不同表示变量。

3.2.1 战略变革的类型变化

比如 Rueff(1997)的研究中,把战略变革分成两种分类:影响程度非常大与影响程度非常小的战略。前者称为“大战略”(strategy),包括企业购并、设立或撤消子公司、分公司,后者称为“小战略”(tacit),包括价格战、产品服务模式的变化、分销渠道的整合、促销方式的变化等。这种大战略与小战略的分类可以在我国推广使用。在实际测量过程中,当企业选择“大战略”,可以设置战略变革的变量为 1,而当企业选择小战略时,可以设

置战略变革的变量为 0。比如当企业文化的惰性非常强时,一般企业倾向于采取小战略(即“0”),而非大战略(即“1”)^[7]。

3.2.2 战略选择力度的变化

我们可以借鉴 Boeker 的方法,先选择行业适用的战略类型,然后验证战略不同类型在战略变革前后企业重视程度的变化,来表示战略变革力度的变化^[11]。

3.2.3 战略倾向性的变化

比如战略的攻击性或防御性,在研究时可以假设,当企业的组织结构比较僵化或企业文化的惰性很强烈时,战略可能倾向于防御而非攻击。这些倾向性变量都可以在国外成熟的量表中找到,而且量表适用于中国。

3.3 需要注意的问题

在国内外关于战略变革的测量中,在方法论上还存在一些需要注意的问题。实际上,这些问题不仅仅在国内的学术刊物中比较常见,而且在国际权威的战略管理学术期刊中,也屡见不鲜。

3.3.1 区群谬误(ecological fallacy)

区群谬误是指在研究中,研究者用一类分析单位做研究,而用另一类分析单位做结论的现象。在某些研究成果中,研究者所研究的样本个体本来是企业,但是在实际操作时却以企业中的员工为样本个体。比如一个企业中若干员工每人都填一份调查问卷,而一份调查问卷就成了一个样本个体。这导致了一个企业可能有许多样本个体,而研究者也采用这些作为员工的样本个体所得到的结论适用于整个企业。这实际上是犯了以个体的结论来适用组织的情况,艾尔·巴比称之为区群谬误。比如在 Boeker(1989)针对硅谷 20 个半导体公司的研究中,发放问卷的个体是企业中高层管理人员,但得到的结论却适用于企业^[11]。个人与组织是两个截然不同的层次。而在国内,陶向南等(2003)的研究也存在类似的问题^[15]。

3.3.2 层次混淆

该方面的问题表现出了国内该领域研究的不足。战略变革的研究分为四个层次:产业层次(industrial level)、企业层次(corporate level)、业务层次(business level)以及具体运作层次(operational level)。产业层次是国家或政府部门从产业规划的立场去研究战略变革。企业层次是指站在

董事会的视角来看问题, 重点关注企业如何取得市场价值的提高。比如母公司与子公司战略的协调、业务的购并等。而业务层次是指企业的子公司、分公司或企业如何在具体的市场上进行经营。比如 Philip Kotler 所说的 4P 策略: 产品、价格、分销渠道、促销, 就是指的业务层次的战略。而在一个具体的公司各职能部门内部, 比如市场部、财务部、人力资源部等都有自己的发展战略, 这种战略是指运作层次的战略。而中间两个层次目前是国际理论界的主流。在我国目前关于战略管理的研究中, 理论界对这三个层次的划分不是很清楚, 动辄称“发展战略”或“战略变革”, 而实际上, 我国目前的很多研究都是产业层次上的或者是运作层次上的, 这与国际主流的战略变革的研究领域不是很相容(许德音, 周长辉, 2004)^[1]。

3.3.3 统计分析方法方面的选择问题

该缺陷在国内的文章中比较明显。现在, 国内很多文章在研究战略管理问题时还在大量地运用方差分析、描述性统计等一些最基本的统计分析方法(许德音, 周长辉, 2004)^[1]。国外很多研究者已经证明, 方差分析更加适合实验研究, 而不太适合问卷调查、编码等一手资料或二手资料的研究(Kerlinger 2000)^[28]。因为相比起多元统计分析方法来说, 该方法的精度不高。而描述性统计按照国外的研究标准, 并不能称为规范的实证性研究, 因为无助于增加或积累(cultivate)知识^[29]。

参考文献:

- [1] 许德音, 周长辉. 中国战略学研究现状评估[J]. 管理世界, 2004(5): 76-87
- [2] (美)唐·埃思里奇. 应用经济学研究方法[M]. 北京: 经济科学出版社, 1998.
- [3] Andrew K. R. Leaned E. Christensen C. R. & Guth W. Business policy: text and cases [M], Homewood Ill Irwin 1965
- [4] Chandler A. D. Strategy and structure[M], 1962 New York Doubleday.
- [5] Mintzberg H. Patterns in strategy formulation[J], Management Science 1978(24): 934-948.
- [6] Miller D. & Chen M. J. Sources and consequences of competitive inertia: a study of the U. S. airline industry[J], Administrative Science Quarterly 1994a 39: 1-23.
- [7] Ruof M. Assessing organizational fitness on a dynamic landscape: an empirical test of the relative inertia thesis [J]. Strategic Management Journal 1997 (18): 837-853
- [8] Hambrick D. G. Environmental scanning, organizational strategy, and executive roles: a study in three industries(D). Unpublished doctoral dissertation, 1979, Pennsylvania University.
- [9] Hannan M. T. & Freeman J. The population ecology of organizations[J], American Journal of Sociology 1977(82): 929-964.
- [10] Hannan M. T. & Freeman J. Structural inertia and organizational change[J], American Sociological Review, 1984 49(2): 149-164.
- [11] Boeker W. Strategic change: the effects of foundation and history[J], Academy of Management Journal 1989 32(3): 489-515.
- [12] Miller D. What happens after success: the perils of excellence[J], Journal of Management Studies 1994b 31(3): 325-358.
- [13] 陈传明. 战略调整的路径依赖特征及其超越[J]. 管理世界, 2002(6): 94-101.
- [14] 路风. 寻求加入 WTO 后中国企业竞争力的源泉——对宝钢在汽车板市场赢得竞争优势过程的分析[J]. 管理世界, 2002(6): 110-124.
- [15] 陶向南, 赵曙明. 子公司角色、绩效表现对跨国公司人力资源本土化配置影响的实证研究[J]. 管理世界, 2003(12): 92-98, 141.
- [16] Chandler A. D. The visible hand: the managerial revolution in American business[M], 1977, Cambridge: Belknap
- [17] Rajcopan N. & Spreitzer G. Toward a theory of strategic change: a multi-lens perspective and integrative framework [J], Academy of Management Journal 1996 22(1): 48-79.
- [18] Zajac E. J. & Kraatz M. S. A diametric model of strategic change: assessing the antecedents and consequences of restructuring in the higher education industry[J], Strategic Management Journal 1993(14): 83-102
- [19] Porter M. Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries and Competitions[M], 1sted Free Press 1980 New York, NY.
- [20] Miles R. E. & Snow C. G. Organizational strategy: structure and process[M], 1978 New York McGraw-Hill
- [21] Madique M. & Patch B. Corporate strategy and technological policy[C]. in M. Tushman & W. Moore(Eds.), Readings in the management of Innovation 273-285 1982 Massachusetts Pittman.
- [22] Ginsberg A. & Buchholtz. Converting to for-profit status: corporate responsiveness to radical change[J]. Academy of Management Journal 1990(33): 445-477.
- [23] 贾良定, 唐翌, 李宗卉, 乐军军, 朱宏俊. 愿景型领导: 中国企业家的实证研究及启示[J]. 管理世界 2004(2): 84-96
- [24] Eisenhardt K. L. Building theories from case study research[J], Academy of Management Review 1989 14(4): 532-550

- [25] Collis J and Hussey R Business Research: A Practical Guide for Undergraduate and Postgraduate Students [M], Palgrave Macmillan LTD 2003.
- [26] Miles R E, Snow C G, Meyer A D, Coleman H J Organizational strategy: structure and process [J]. Academy of Management Review, Briarcliff Manor Vol 3, Iss 3 1978, 546 - 562.
- [27] Snow, C. C. & Hrebiniak L. G. Strategy: distinctive competence and organizational performance [J], Administrative Science Quarterly, 1980 (25): 317 - 335.
- [28] Kerlinger F. N. and Lee H. B. 2000 4th edition Foundations of behavioral research [M]. New York: Harcourt College Publishers.
- [29] 徐淑英等. 中国管理学研究方法论研讨班阅读材料 [M], 2005年 7月 13 - 20日, 西安交通大学.

A research of strategic change on definition and measurement methodology

Chen Chuan-ming, Liu Hai-jian

(Business School Nanjing University Nanjing 210093 China)

Abstract Until now, researches on the corporate strategic change have become very mature. However, these researches seldom can be seen in domestic. Even if exist, these researches mostly are qualitative. The authors contend that reason lies in absence of the definition and measurement methodology repertory. From the beginning of definition of strategy, the authors discuss what the strategic change should comprise. Based on these, the authors induce the four perspectives and four measurement methods. At last, the authors put forward with the special utilization of strategic change measurement in China.

Key words methodology; strategic change; coding; investigator inference

(上接第 122 页)

Study on performance index design of nonprofit organization in China

Zhong Wei-zhou¹, Cao Yong-li², Shun-feng SONG³

(1. School of Economics and Finance Xi'an Jiaotong University Xi'an 710061 China

2. School of Management Xi'an Jiaotong University Xi'an 710049 China

3. College of Business Administration University of Nevada NV 89557 - 0207 Reno USA)

Abstract Through describing characters and functions of performance index system, the article posts that it is in personal and inevitably to set up our country's nonprofit organization performance index system. Based on reviewing the problems as lacking of unify criterion and currency index and roots of Chinese nonprofit organization performance index system, the article analyses the basic principle that is for example objective and scientific and the primary object that the system funds, such as logical and practical. Through comparing the system with that of enterprise, it also puts forward the basic content and framework, and makes some suggestions about the design of the system.

Key words nonprofit organization; performance test; index system; design & formulation