

<<企业组织惯性研究>>

图书基本信息

书名：<<企业组织惯性研究>>

13位ISBN编号：9787511230256

10位ISBN编号：7511230253

出版时间：2012-9

出版时间：张江峰 光明日报出版社 (2012-09出版)

作者：张江峰

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>

## <<企业组织惯性研究>>

### 内容概要

《企业组织惯性研究》以企业成长与发展过程中存在的组织惯性作为研究对象，识别了组织惯性的来源、影响因素，构建起组织惯性的研究框架。

其次，提出一个组织惯性的层级结构模型，将组织惯性解构为文化惯性、认知惯性、结构惯性和资源惯性，并且对不同层级上惯性的形成机制进行了理论探讨。

再次，组织惯性对企业绩效的影响具有两面性。

当外部环境相对稳定时，组织惯性能够促进企业运行的效率，从而提升企业绩效；但如果外部环境发生突变，组织惯性就会抵制组织变革，从而导致企业不能适应环境而绩效下降。

## <<企业组织惯性研究>>

### 作者简介

张江峰（1979—）男，河北赵县人，2010年毕业于西南财经大学工商管理学院，获管理学博士学位。现任教于云南民族大学管理学院，主要研究方向为：企业成长与变革、战略投资。

## &lt;&lt;企业组织惯性研究&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章绪论 一、选题依据 (一) 研究背景 (二) 研究目的与理论意义 二、研究方法、研究框架和主要内容 (一) 论文的研究方法 (二) 研究框架和主要内容 三、研究的创新点与不足 (一) 研究的创新点 (二) 研究的不足之处 第二章文献回顾与述评 一、企业组织惯性的理论溯源 二、企业组织惯性的内涵 (一) 组织惯性 (二) 组织动量 (三) 组织刚性 (四) 组织简化 (五) 路径依赖 (六) 不同概念的比较与分析 三、企业组织惯性的基本形态 (一) 惯性 (二) 动量 四、组织惯性强度的决定因素 (一) 组织惯性的质量因素 (二) 组织内部要素的相互依赖程度 五、以往研究取得的进展 (一) 组织惯性的相关研究现状 (二) 研究现状的综合述评 六、现有研究的不足与有待进一步研究的问题 (一) 组织惯性的内涵尚无明确的界定 (二) 组织惯性研究的理论视角过于单一, 尚未形成被认可的理论框架 (三) 组织惯性的形成机制缺乏系统性的研究 (四) 组织惯性的协调问题尚未得到合理的解决 第三章企业组织惯性的成因 一、企业组织惯性的来源 (一) 企业组织惯性的内部来源 (二) 企业组织惯性的外部来源 二、企业经营层面的战略惯性 三、战略决策者对战略惯性的影响 四、企业运作层面上的组织惯性 五、企业外部组织关系层面上的网络惯性 六、企业组织惯性的成因 (一) 组织惯性的成因分析 (二) 组织动量的成因分析 七、本章小结 第四章企业组织惯性的形成机制 一、企业组织惯性形成的分析框架 (一) 机制的内涵 (二) 企业组织惯性的层级结构模型 二、组织文化惯性的形成机制 (一) 文化惯性的内涵 (二) 文化惯性的形成过程 三、认知惯性的形成机制 (一) 企业决策行为有限理性 (二) 认知惯性的内涵 (三) 企业决策者认知惯性的形成过程 (四) 组织群体认知惯性的形成过程 四、组织结构惯性的形成机制 (一) 结构惯性的内涵 (二) 结构惯性的形成过程 五、资源惯性的形成机制 (一) 资源惯性的内涵 (二) 资源惯性的形成过程 六、本章小结 第五章组织惯性对企业绩效的影响机制 一、组织惯性的效用辨析 二、环境动态性对组织惯性效用的调节效应 三、稳定环境下组织惯性的正向影响 四、环境突变下组织惯性的负向影响 五、本章小结 第六章组织惯性的协调机制 一、问题的提出 二、稳定环境下组织惯性的强化机制 (一) 组织惯性自我增强的涵义 (二) 企业组织惯性的自我增强过程 三、动态环境下组织惯性的弱化机制 (一) 组织变革方式的选择 (二) 组织惯性的弱化 (三) 基于外部力量的惯性弱化过程 四、组织惯性协调的结构设计框架 (一) 双重性组织的内涵 (二) 基于双重性结构设计的组织惯性协调机制 五、本章小结 第七章组织惯性的前因及对绩效的影响机制 一、研究目的 二、研究假设与框架 (一) 研究假设 (二) 研究框架 三、调查问卷的设计过程 (一) 调查问卷的来源 (二) 测量量表的形成 四、问卷调查的样本描述 (一) 调查对象特征描述统计 (二) 数据统计分析方法 五、信度与效度分析 (一) 数据的信度分析 (二) 数据的效度检验 六、研究结果 (一) 组织惯性的测量 (二) 组织惯性前因变量验证 (三) 组织惯性对企业绩效的影响机制 七、本章小结 第八章结论与展望 一、主要研究结论 二、研究启示 (一) 组织惯性内涵的拓展 (二) 组织惯性效用的两面性 (三) 组织惯性研究的根本指向是如何有效地对组织惯性进行利用和控制 (四) 在当前快速变化的环境里, 企业界仍旧在倡导塑造具有主导价值观的组织文化, 加强制度建设 参考文献 附录: 研究采用的正式问卷 致谢

## &lt;&lt;企业组织惯性研究&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：在当前的研究文献中，产业环境中的一些因素也是组织惯性的来源，诸如行业发展的相关管制性法规、产业竞争的保护政策等。

由于法律管制和投资规模等限制因素的存在，导致产业结构产生进入和退出壁垒。

各项进入和退出的障碍因素将会对产业内的企业形成保护，相对缺乏市场竞争压力，从而企业只会专注于追求内部管理的效率。

一般而言，此类企业的战略决策和内部运营都趋于程序化和制度化，故而将极易产生组织惯性。

例如在垄断、寡头的市场结构下，像银行、能源等行业中的组织，其结构系统具有非常明显的科层制特征以保证组织运行的效率，将组织效能维持在一个可接受的水平之上。

要实现这样的目标，企业必须通过制度和大量可重复使用的惯例来维持组织结构的长期稳定性。

二、企业经营层面的战略惯性 战略惯性可以被明确地定义为企业对特定战略的承诺水平，反映在企业的组织设计和战略决策机制为战略实施、资源配置及预期目标的实现提供支持（Huff，1992）。

经营层面上的惯性主要来自于企业市场行为中的竞争惯性（Competitive Inertia），即企业在改变其竞争态势中所表现出来的活动层次。

它反映了一个企业在试图吸引顾客和超越竞争对手时，在市场定位调整上所表现出来的变动趋势，包括战略行为和营销职能行为，战略行为包括企业规模和经营范围的扩张、兼并与收购、战略联盟以及投资开发的新产品或服务；营销职能行为主要包括价格策略、广告促销以及产品线与服务范围的调整。

，当相对于同一战略集团的竞争者，企业变革频率较低时，就可以认为组织惯性强度也较高。

也就是说，相对于竞争对手来说，企业适应环境的速度越慢，其竞争惯性的强度也就越强。

三、战略决策者对战略惯性的影响 企业的战略选择是管理决策行为的直接结果。

战略决策者对企业外部竞争环境的认知偏差是战略惯性的深层次原因。

企业决策者对环境进行感知、信息处理以及对信息进行解释，整个过程决定企业能否针对环境的变化做出正确的战略选择。

决策者的认知能力受到人类大脑信息感知能力的限制。

按照有限理性的基本假设，在无法完全准确地预测环境变化的方向时，企业决策行为不可能实现完全理性，只能遵循决策结果的满意准则，在其认知范围内选择最佳行动方案。

如果战略决策者未能对产业发展趋势的和技术革新等重大战略事项做出正确的响应，公司则会仍旧重复过去的战略行动。

因此，战略决策者对外部竞争环境的认知偏差导致企业不能实施正确的战略变革。

此外，在声誉机制的作用下，即使在战略决策已被证明是错误的情况下，战略决策者仍不承认战略选择本身存在错误而归因于战略实施过程没有到位（Levitt & March，1988），这就导致战略惯性被进一步地强化。

## <<企业组织惯性研究>>

### 编辑推荐

《企业组织惯性研究》作者张江峰提出构建双重性组织结构的设计理念、强化和弱化组织惯性的具体措施。

对组织惯性和企业绩效关系进行实证研究。

<<企业组织惯性研究>>

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>