

Abstract:

在中国的转型经济中,一方面,政府为了培育和完善市场导向的经济会制定一些政策和措施,而且市场的发展也会形成有利于资本、管理、劳动力、产品和科技有效利用的市场和制度环境;另一方面,由于制度的转变需要在构成制度的复杂的规则、规范、法律和行为上的逐步的改进,因而现有的和原有的制度和规则仍然会发生作用,其转变缓慢而不平衡,现有的经济既受到市场规则的影响,又受到原有经济体制的影响。现阶段国有企业改革成为现阶段经济体制改革的焦点,一方面政府对国有企业的影响仍然很大。另一方面,市场规则的引入给国有企业带来了压力和机会,如何制定合适的战略以利用现有的政策环境和市场机会成为国有企业面临的一个难题。

现有的企业竞争战略可以分为三种截然不同的战略制定方式:产业或行业定位型、基于资源或者关键资源或能力的战略,以及现有的以迅速有效把握市场机会为目的的战略。在三种战略中,关注最多的是市场导向型战略,本文正是基于以往研究的基础和存在缺陷,提出了转型经济下市场导向对企业绩效的实证研究。

一、理论分析

市场导向能够使组织对其在创造优异顾客价值战略中有一致的注意力和明确的观点。由于市场导向型战略反映了相互协调一致的目标、目的和政策,因而这种部门间的相互协调的关系能够提高组织的经营业绩。市场导向型战略将价值创造放在首位,通过使每个部门的每个员工积极地培养这种价值创造的能力并给与员工适当的授权和激励,就能够创造出适应顾客和比竞争对手更好的价值。在迅速改变的环境中,组织对变动环境的适应能力才是唯一可以凭借的真正的竞争优势,而采用协调方法来培养和维持企业的市场导向型行为,本身就是组织学习的过程,靠市场来推动学习则是组织有效适应环境变化的重要途径,也是企业维持和创造优异价值的重要途径。

二、实证

本文采用的分析方法为因子分析和多元线性回归。我们对国有企业从 1995 年到 1999 年五年的企业经营、管理方面的情况进行了调研,有 313 份问卷被收回,其中有 274 份有效问卷,问卷的总回收率为 56.9%。

三、结论

从上面的理论分析和我们对近 300 家国有企业的数据分析可以看出,市场导向型战略对企业绩效(包括财务绩效和战略绩效)有正的影响。这从实证的角度验证了市场导向在中国转型经济下对于国有企业改革和重组的重要作用。

孙永风，张睿，李垣



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/fr/deed.fr>