

意义赋予、战略转型与公司绩效

——基于外部环境信息解释的实证检验

周杰¹，李小玉^{2,3}

(1.南开大学泰达学院，天津 300457；2.南开大学商学院，天津 300071；3.南开大学中国公司治理研究院，天津 300071)

摘要：基于外部环境信息解释的意义赋予模式不仅决定了战略转型的效果，而且影响着企业战略转型行为的选择偏好。文章针对意义赋予、战略转型与公司绩效关系的实证检验结果表明：明确意义赋予模式尤其是积极性的意义赋予模式对战略转型的实施效果具有积极作用；意义赋予行为与实质性战略转型行为之间表现出显著的“替代效应”。

关键词：意义赋予；战略转型；公司绩效；信息解释

中图分类号：F270 **文献标识码：**A

1 引言

面对外部环境的不断变化，能否通过战略转型实现内外部环境的“再匹配”，已成为关乎企业发展乃至生存的重要问题。然而，经过长期的累积过程，现有组织内外部利益相关者已形成的认知、期望与承诺通常会阻碍企业通过战略转型行为打破他们所认可的“均衡”状态，从而导致战略刚性问题的出现。对于如何解决企业战略转型过程中面临的刚性问题，国内外学者们从不同的视角进行了研究。其中，有些学者认为打破企业战略刚性首先要打破组织成员的认知惯性（Gioia and Thomas,1996；王冬冬，2013）。实际上，企业可以通过一系列的象征性行为对内外环境信息进行意义的重新赋予，进而打破组织成员既有的认知体系，这也是企业实施战略转型的重要环节(Gioia and Chittipeddi, 1991)^[1]。而企业对外部环境信息的解释则可以理解为企业为解决战略刚性问题提前向组织成员传递转型信号进而为转型提供基础的手段。

通过一定的语言叙述对相关环境信息进行解释是意义赋予与传递的重要手段（Fiss and Zajac, 2006）。对那些复杂、动态的外部环境进行恰当的解释是管理者重要的职责之一（Thomas, Clark and Gioa,1993），也是卢因三阶段变革过程中“解冻”环节的重要手段^[2]。因此，不同企业由于战略转型目标的差异会对外部环境传递的信息进行不同的解释，即实施差异化的意义赋予行为。而这种差异化的意义赋予行为作为企业战略转型的前期准备工作，可能会影响企业实质性战略转型行为及其实施效果。因此，本文基于管理者对外部环境信息

的解释模式，分析与检验意义赋予、企业战略转型行为以及企业战略转型效果之间的关系，从而指导企业战略转型引导与实施机制的科学构建。

2 理论分析与研究假设

2.1 意义赋予与公司绩效

意义赋予(Sense making)是基于一系列象征性行为实现社会建构的过程,通过该过程每个人固有的行为规范与认知体系被打破,新的组织行为将被合法化(Weick et al.,2005)^[3]。战略转型是在内外部环境产生拟合偏差的情况下,改变组织行为实现内外部环境重新匹配的过程(Rajagopalan and Spreitzer, 1996),因此,战略转型行为的实施以及新战略合法化的前提是组织成员对既有认知系统的重新塑造(Barr, 1998),即重新界定组织的内外部环境特征、组织使命与目标等^[4-5]。相应地,基于外部环境信息的叙事性与解释性语言(Fiss and Zajac, 2006),通过科学的意义赋予过程可以改变组织成员认知体系,实现企业新战略的合法性,使得组织得到利益相关者的支持,获取更多的内外部资源(Zott and Huy, 2007),保障战略转型的高效实施^[6]。正如 Fiss 和 Zajac (2006)所指出的那样:战略转型的成功与否不仅依赖于组织改变结构与战略内容的能力,更依赖于管理者能否将其实施战略转型的必要性信息向利益相关者进行明确而有效的赋予与传递^[7]。明确而有效的意义赋予与信息传递可以降低沟通噪音,将企业转型信息有效的传递给组织成员进而获取更多组织成员的认可和支持,促进企业转型行为的合法化。这种合法化的过程通过有效的管理控制可以促进企业更好的追求业绩目标^[8]。而相对于非合法化的组织决策而言,合法化的组织决策更能够调动组织成员的积极性,减少决策执行过程中由于非合法性导致的障碍,帮助企业获取更多的资源,提高决策的执行效率(Zimmerman, and Zeitz, 2002; 邓新明, 田志龙, 陈煜, 2008)^[9-10]。反之,模糊的意义赋予则可能导致企业的转型决策缺乏必要的合法性从而更容易被利益相关者认为是非理性、不必要和不值得信任的(Meyer and Rowan,1991)^[11]。组织成员对组织转型决策的不信任、不理解或不配合将导致现有的认知体系和固有的行为规范难以打破,于是,组织的转型决策将受到组织成员正式或非正式的抵制和消极执行。意义赋予的模糊与信息传递的低效将导致组织内外部环境无法重新有效匹配,拟合偏差的情况依然存在,进而导致组织转型的失败或低效实施。

清晰明确的意义赋予行为作为一种对外部环境信息解释的主观解释,目的是获取决策的合法性。从战略视角分析,合法性是企业的一种无形资源,这种无形资源可以帮助企业获取其他重要资源进而推动企业战略决策的高效实施^[9]。而清晰明确的意义赋予行为通过获取合法性得到了利益相关者的支持进而取得了其他重要资源,最终推动了企业战略转型决策的高效实施。

综上所述,本文针对意义赋予过程与战略转型效果的关系提出研究假设 1。

研究假设 1:针对外部环境变化信息,相对于那些意义赋予(信息解释)模糊的公司而言,意义赋予(信息解释)明确的公司,其战略转型效果相对较好。

2.2 意义赋予与战略转型

针对外部环境的信息解释作为一种有效的信息传递途径或印象管理手段分别可以从不同角度进行诠释。一方面,基于互补效应假说,意义赋予作为一种典型的象征性行为实际上是一种转型的信号,通过建构组织转型的抽象愿景并将其明确地传递给股东和其他利益相关者(Whetten D.A.,1984)从而促进组织战略转型决策的实施^[12]。另一方面,基于替代效应假说,意义赋予行为也可能是管理者为缓解外部环境威胁对组织利益相关者产生“紧张感”的一种印象管理手段,通过对外部环境信息的合理解释减轻了组织管理者的压力,反而使管理者失去了即时战略转型的动力。

2.2.1 基于互补效应假说

针对外部环境信息的解释性语言是一种典型的象征性行为,这种象征性行为可以被视为是一种组织转型的信号。当组织面临转型决策时,这种象征性行为可以被用于说明组织现存体系的不当之处需要一些改进的体系来完善或取代它而组织成员则需要用一种有意义或者一些符合改进的说明性计划或系统的意思来理解任何刻意的改变(Ranson, Hinings and Greenwood,1980;Bartunek, 1984)^[13,14]。而通过对战略转型的意义进行赋予与传递,则可以让组织成员更好的改变现有认知和行为模式从而使组织能够抓住重要的机会或处理随之发生的环境威胁(Gioia,1991),进而对实质性战略转型行为的实施效果起到重要的积极作用。因此,从效率的角度看,外部环境信息的明确解释对于战略转型决策具有重要的促进作用,即象征性行为与实质性行为存在着一定的“互补效应”。

基于互补效应视角,本文针对意义赋予行为与实质性战略转型行为之间的关系本文提出研究假设 2。

研究假设 2 (互补效应假说): 面对外部环境的变化, 明确的意义赋予行为与实质性战略转型行为存在互补效应, 即那些表现出明确性意义赋予行为(信息解释)的公司, 更有可能发生战略转型。

2.2.2 基于替代效应假说

转型的努力很少以命令的形式发生,但却经常取决于舆论构建(Berger and Luckmann, 1966),这说明组织转型中舆论具有重要的推动作用^[15]。但是,从另一个角度看,由于舆论的构建在转型中的重要作用,这也给了管理者利用舆论构造转型的氛围从而缓解外部转型压力的机会。因此,象征性行为也可能被管理者作为一种印象管理的手段,它仅仅被作为缓解外部环境变化对组织利益相关者产生“紧张感”的一种工具,而不会引发实质性的战略转型行为。Fiss 和 Zajac (2006)分析了德国由利益相关者利益为核心向股东利益为导向的管理模式转型过程,研究结果表明:那些利用解释性语言明确传递新模式重要性的公司,并没有采取实质性的行为;与此相反,那些没有明确象征性行为的公司,通过实质性的行为以支持股东利益为导向管理模式的实施。由此说明,象征性行为与实质性行为之间存在着一定的“替代效应”(Westphal and Zajac, 1994)^[16]。

基于替代效应视角,针对意义赋予行为与实质性战略转型行为之间的关系本文提出研究假设 3。

研究假设 3 (替代效应假说): 面对外部环境的变化,明确的意义赋予行为与实质性战略转型行为存在替代效应,即那些表现出中性或模糊性意义赋予行为(信息解释)的公司,更有可能发生战略转型。

3 研究设计

3.1 样本的选择

根据核心研究问题,所选择的样本公司需要满足以下三个标准:第一,外部环境发生了明显的变化;第二,外部环境的变化引发了利益相关者的普遍关注;第三,公司存在着明显战略转型行为。

2010 年房地产行业的“限购令”是房地产企业外部环境的重要变化,受到多方利益相关者的关注,也成为企业进行战略转型的重要驱动力量,为战略转型行为的研究提供了重要的平台(周杰和薛鸿博,2013)^[17]。因此,根据上述三个标准,本文以 2010 年房地产开发行业的上市公司为初始研究对象,剔除变量度量数据缺失的样本后,最终得到有效样本 114 家。

3.2 研究模型

本文将基于不同类型样本公司利用模型(1)-(3)进行实证检验,其中,模型(1)将主要检验不同意义赋予模式样本公司战略转型对公司绩效的影响;模型(2)和模型(3)检验了意义赋予模式对实质性战略转型行为发生概率的影响。

$$\text{Performance} = \beta_0 + \beta_1 \text{Trans} + \beta_2 \text{SD} + \beta_3 \text{DS} + \beta_4 \text{SIZE} + \beta_5 \text{DEBT} + \beta_6 \text{LIU} + \beta_7 \text{C} + \beta_8 \text{AP} + \sigma \quad (1)$$

$$\text{Log}[P(\text{Tran}=1)/P(\text{Tran}=0)] = \eta_0 + \eta_1 \text{Z} + \eta_2 \text{SD} + \eta_3 \text{DS} + \eta_4 \text{SIZE} + \eta_5 \text{DEBT} + \eta_6 \text{LIU} + \eta_7 \text{C} + \eta_8 \text{AP} + \sigma \quad (2)$$

$$\text{Log}[P(\text{Tran}=1)/P(\text{Tran}=0)] = \theta_0 + \theta_1 \text{L} + \theta_2 \text{B} + \theta_3 \text{SD} + \theta_4 \text{DS} + \theta_5 \text{SIZE} + \theta_6 \text{DEBT} + \theta_7 \text{LIU} + \theta_8 \text{C} + \theta_9 \text{AP} + \sigma \quad (3)$$

模型(1)中的因变量 Performance 为公司绩效,利用 2011 年末的股东权益回报率(ROE)度量¹;模型(2)和模型(3)中的因变量(Tran)表示公司 2010 年是否发生了实质性战略转型。模型(1)-(3)中的 SD, DS, SIZE, DEBT, LIU, C 和 AP 均为控制变量,均以 2010 年末所披露的信息度量,其中,SD 为董事会规模,度量方法为董事会人数的自然对数;DS 为董事会持股比例,度量方法为董事会持股数与总股本之比;SIZE 为资产规模,度量方法为资产的资产对数;DEBT 为财务杠杆,度量方法为资产负债率;LIU 为资产的流动性,度量方法为流动资产占总资产的比重;C 为控股股东性质,当样本公司的实际控制人为非国有性质时,将该变量赋值为“1”,否则为“0”;AP 为董事会权力的平均集中度,其度量方法参见周杰和薛有志(2013)的一项研究。本文的变量定义如表 1 所示。

表 1 变量定义表

变量符号	变量名称	变量度量
------	------	------

Performance	公司绩效	利用 2011 年末的股东权益回报率 (ROE) 度量
Tran	2010 年是否发生了实质性战略转型	“1”表示发生了实质性战略转型行为; “0”表示没有发生实质性战略转型行为
SD	董事会规模	董事会人数的自然对数
DS	董事会持股比例	董事会持股数与总股本之比
SIZE	资产规模	资产的资产对数
DEBT	财务杠杆	资产负债率
LIU	资产的流动性	流动资产占总资产的比重
C	控股股东性质	当样本公司的实际控制人为非国有性质时, 将该变量赋值为“1”, 否则为“0”
AP	董事会权力的平均集中度	具体度量方法见周杰和薛有志 (2013) 的一项研究。参照 FinkeJstein (1992) 的方法, 笔者分别测度了董事会每位成员所拥有的四种类型权力的得分。在获取董事权力得分的基础上, 本文将采用赫芬德尔指标计算每种类型权力的集中程度。平均权力集中程度 (AP) 为每种类型权力的赫芬德尔指数的算术平均值。

3.3 核心变量的识别

3.3.1 意义赋予模式的识别

本文基于样本公司年度报告“管理层讨论”中关于外部环境信息的解释方式判断其意义赋予行为。若公司报告中没有涉及政策变化问题, 或仅仅对政策进行描述而没有明确的分析该政策对公司的影响, 则意味该公司的意义赋予方式相对中立或模糊, 并设变量为 Z, 赋值为“1”; 若公司针对政策对公司的影响进行了结论性分析, 则意味该公司存在明确的意义赋予行为, 并将 Z 赋值为“0”。

Maitlis 和 Scott(2010)通过梳理指出, 面对外部环境变化给组织带来的威胁, 乐观性和悲观性的信息解释是意义赋予的两种模式^[18]。对此, 针对那些存在明确性意义赋予行为的公司, 本文进行了进一步划分, 若样本公司提出政策变革对企业发展具有积极的作用, 则认为该公司进行了乐观性的意义赋予模式, 并设变量为 L, 赋值为“1”; 若样本公司提出政策变革对企业发展具有消极的作用, 则认为该公司进行了悲观性的意义赋予模式, 并设变量为 B, 赋值为“1”。

3.3.2 实质性战略转型行为的识别

战略转型是一个多层次的概念, 而公司层面的战略变化是公司回应外部环境重要的方式之一 (薛有志和周杰, 2012), 根据周杰和薛鸿博 (2013) 的一项研究, 2010 年房地产上市公司通常会通过“非相关产品市场转移”, “地域扩张”和“价值链延伸”这三种公司层面的战略转型²。对此, 本文采用周杰和薛鸿博 (2013) 的内容分析方法, 基于 2010 年上市公司年度报告中董事会对重要行为的披露信息, 以信息中是否出现了与上述三种行为相关的

关键词（如“进入了新的市场”、“延伸了产业链条”等），判断该样本是否发生了实质性的战略转型，并设变量为 Trans，用“0-1”度量，其中，“1”表示出现了相关关键词，即发生了实质性战略转型行为；“0”表示没有发生实质性战略转型行为。

3.4 样本的分布状况

根据样本选择过程以及核心变量的度量方法，最终样本数量及其分布状况如表 2 所示。总体上看，样本分布较为均衡，其中采用模糊性意义赋予方式的样本公司 38 家，具有明确信息解释的公司为 76 家，并且在这 76 家中，36 家公司表现为悲观性意义赋予模式；40 家公司表现为乐观性意义赋予模式。此外，在全部样本中，63 家公司发生了实质性战略转型行为。

表 2 样本的分布状况

样本类型	全部样本	Z=1	B=1	L=1	Trans=1
样本数量	114	38	36	40	63

4 实证研究结果及分析

表 3 中基于全部样本公司的检验结果表明，战略转型本身没有对公司的权益回报率（ROE）产生显著的影响；然而，基于那些没有明确意义赋予行为，即针对外部环境信息的解释相对中性与模糊的样本公司（Z=1）的检验结果表明，战略转型行为变量（Trans）的回归系数为-4.261，并且通过了 5%水平的显著性检验，其经济含义为，缺少明确的意义赋予行为会导致战略转型对公司绩效的损害，与此相反，明确的意义赋予对于战略转型效果具有积极作用，该结论支持了研究假设 1。

表 3 战略转型对 ROE 的影响

样本 变量	全部样本		Z=1		Z=0	
	系数	标准差	系数	标准差	系数	标准差
常数项	-13.027	11.621	25.630	18.183	-9.057	15.555
Trans	-0.335	1.360	-4.261	2.001**	0.204	1.570
SD	-3.285	2.748	-11.690	4.764**	-0.141	3.141
DS	28.517	14.171**	-194.295	301.500	22.827	13.459*
SIZE	1.147	0.500**	0.836	0.811	0.026	0.743
DEBT	-0.163	1.077	1.974	1.273	25.129	8.767
LIU	8.657	4.310**	-3.684	5.162	-1.286	8.039***
C	0.563	0.755	0.422	1.992	0.621	0.767
AP	-4.889	5.272	-27.819	7.807***	5.913	6.350
调整的 R ²	0.088		0.225		0.302	
F 值	2.367**		2.340**		5.050***	

注：***,**,*分别表示通过了 1%，5%和 10%水平的显著性检验

续表 3 战略转型对 ROE 的影响

样本	L=1	B=1
----	-----	-----

变量	系数	标准差	系数	标准差
常数项	-5.573	18.215	1.390	27.191
Trans	3.840	1.815**	-3.806	2.897
SD	-5.197	3.983	2.458	4.948
DS	16.475	13.738	23.703	28.407
SIZE	0.200	0.880	-0.802	1.278
DEBT	13.554	9.941	46.372	16.913***
LIU	13.753	10.532	-17.045	13.169
C	0.972	0.716	3.002	2.969
AP	3.616	7.379	2.024	12.960
调整的 R ²	0.424		0.229	
F 值	4.587***		2.301**	

注：***,**,*分别表示通过了 1%，5%和 10%水平的显著性检验

对样本进一步细分后的检验结果揭示了不同意义赋予模式对战略转型效果的影响。由续表 3 中的数字可以看出，那些将外部环境赋予乐观性信息的样本公司（L=1），其变量 Trans 的回归系数为 3.840，并且通过了 5%水平的显著性检验；而针对那些悲观性意义赋予模式的样本公司（B=1）而言，战略转型对公司绩效没有产生显著性影响。其原因在于，战略转型本身具有较高的不确定性，积极性的信息解释可以缓解组织成员的焦虑感，降低战略转型的成本，提升战略转型的效果；与此相反，悲观性的信息解释意味着组织正在实施着一种“被迫型”的战略转型模式，不利于组织成员积极性的提升，损害了战略转型的实施效率。

表 4 为意义赋予行为对实质性战略转型行为选择影响的检验结果。由模型（2）的回归结果可以看出，中性或模糊性的意义赋予模式（Z）提升了企业进行实质性战略转型行为的可能性，该结果通过了 10%水平的显著性检验，该结果意味着，具有明确性信息解释行为显著地抑制了企业战略转型行为的实施，呈现出象征性行为与实质性行为的“替代效应”，支持了研究假设 3。

通过表 4 中基于模型（3）的回归结果进一步发现，尽管乐观性与悲观性意义赋予模式的回归系数均小于零，但前者的统计结果没有通过显著性检验。由此说明，象征行为与实质性战略转型行为之间的替代效应主要发生于悲观性意义赋予模式。其原因可能在于，悲观性意义赋予模式为管理者的外部归因提供了基础，换句话说，管理者通过对外部环境信息的负面的诠释，获取了公司短期绩效下滑的理由，从而没有动力进行实质性战略转型以改善公司绩效。

表 4 意义赋予行为对实质性战略转型行为选择影响的检验结果

模型 变量	(2)		(3)	
	系数	标准差	系数	标准差
常数项	-2.039	4.384	-0.751	4.505
Z	0.867	0.469*	---	---

L	---	---	-0.701	0.538
B	---	---	-1.033	0.542*
SD	-1.323	0.918	-1.278	0.918
DS	262.119	221.654	264.340	220.066
SIZE	0.154	0.204	0.133	.207
DEBT	3.884	2.360*	3.857	2.361*
LIU	-3.432	2.242	-3.524	2.249
C	0.185	0.238	0.156	0.242
AP	-1.154	1.711	-1.061	1.713
Chi-Square	21.795***		22.174***	
Cox&SnellR ²	0.174		0.177	
Nagelkerke R ²	0.233		0.237	

注：*表示通过了 10%水平的显著性检验

5 研究结论与启示

战略转型是企业回应外部环境变化，决定企业发展与生存的重要战略行为。基于外部环境信息解释的意义赋予模式不仅决定了战略转型的效果，而且影响着企业战略转型行为的选择偏好。本文以 2010 年房地产上市公司为研究样本，针对意义赋予、战略转型与公司绩效的关系进行了实证检验，研究结果及其启示主要表现为以下两个方面：

一方面，明确尤其是积极性的意义赋予模式对战略转型的实施效果具有积极作用。意义赋予是推动新战略快速合法化，从而获取利益相关者支持与资源的有效途径，而积极的意义赋予行为有利于调动组织成员的积极性，从而提升战略转型的实施效率。因此，企业在进行战略转型前对外部信息进行明确而积极的诠释，对于战略转型的效果具有重要的意义。

另一方面，意义赋予行为与实质性战略转型行为之间表现出显著的“替代效应”，特别值得注意的是，悲观性意义赋予行为通常被管理者作为外部归因的方式，从而更为显著的抑制致了管理者通过战略转型行为改善公司绩效的积极性。因此，警惕意义赋予行为所导致的战略刚性问题，充分发挥意义赋予行为的战略实施保障效应，是企业进行象征管理的重要原则与目标。

参考文献

[1]Gioia D A, Chittiped K. Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation[J]. Strategic Management Journal, 1991, 12(6):433-448.

[2]Thomas J, Clark S, Gioia D. Strategic Sensemaking and Organizational Performance: Linkages Among Scanning, Interpretation, Action, and Outcomes [J]. Academy of Management Journal, 1993, 36(2):239-70.

[3]Weick K E, Sutcliffe K M, Obstfeld D. Organizing and the Process of Sensemaking[J]. Organization Science, 2005, 16(4): 409-21.

- [4]Rajagopalan N, Spreitzer G M. Toward a Theory of Strategic Change: A Multi-lens Perspective and Integrative Framework[J]. *Academy of Management Review*, 1996, 22(1): 48–79.
- [5]Barr P S. Adapting to Unfamiliar Environmental Events: A Look at the Evolution of Interpretation and Its Role in Strategic Change [J]. *Organization Science*, 1998, 9(6): 644–669.
- [6]Zott C, Huy Q N. How Entrepreneurs Use Symbolic Management to Acquire Resources [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2007, 52(1): 70-105
- [7]Fiss, Peer C, Zajac, Edward J. The Symbolic Management of Strategic Change: Sensegiving via Framing and Decoupling [J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49(6): 1173-1193
- [8]M C Suchman. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches[J]. *Academy of Management Review*,1995,20:571-610.
- [9]M A Zimmerman,and G J Zeitz. Beyond Survival:Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy[J]. *Academy of Management Review*,2002,27:414-431.
- [10]邓新明,田志龙,陈煜. 事项整合、经营合法性与组织绩效[J].*管理科学*,2008,21(1):22-31.
- [11]Meyer J W, Rowan B, Powell W W, et al. The New Institutionalism in Organizational Analysis[J]. *The New Institutionalism In Organizational Analysis*, 1991.
- [12]Whetten, D. A. Effective Administrators: Good Management on the College Campus. *Change*, November-December, 1984, pp. 38-43.
- [13]Ranson. S., C. R. Hinings and R. Greenwood. The Structuring of Organizational Structures. *Administrative Science Quarterly*, 25. 1980, pp. 1-17.
- [14]Bartunek. J. M. Changing Interpretive Schemes and Organizational Restructuring: The Example of a Religious Order. *Administrative Science Quarterly*, 29, 1984, pp. 355-372.
- [15]Berger, P. L. and T. Luckmann. *The Social Construction of Reality*. Doubleday, Garden City. NY. 1966.
- [16]Westphal J D, Zajac E J. Substance and Symbolism in CEOs' Long-term Incentive Plans[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1994, 39(3): 367–390.
- [17]周杰, 薛鸿博.董事会权力配置、企业战略转型与模式偏好——政治行为还是合作行为[J]. *山西财经大学学报*, 2013, (2): 95-106.
- [18]Maitlis S, Sonenshein S. Sensemaking in Crisis and Change: Inspiration and Insights From Weick (1988) [J]. *Journal of Management Studies*, 2010, 47 (3): 551-580.

Sensemaking, Strategic Change and Performance
—Based on Empirical Test of External Environment Information
Explaining

Zhou Jie¹, Li Xiaoyu²

(1. College of Tourism and Service Management, Nankai University, Tianjin, 300071; 2. China Academy of Corporate Governance, Business School, Nankai University, Tianjin, 300071)

Abstract: The sensemaking pattern based on external environment information explaining not only determines strategic change effects, but also affects choice preference of strategic change behavior. Based on empirical test result of the relationship among sensemaking, strategic change and performance, this paper proves that clear sensemaking patterns, particularly positive ones, have positive influence on strategic change effects. In addition, it shows significant “substitution effect” between sensemaking behavior and substantive strategic change action.

Key words: Sensemaking; Strategic Change; Performance; Information Explaining

收稿日期: 2015-12-08

基金项目: 国家社会科学基金资助项目 (12CGL033); 国家自然科学基金面上项目 (71372092)

作者简介: 周杰 (1980-), 男, 天津人, 南开大学旅游与服务学院副教授; 李小玉 (1990-), 女, 黑龙江五常人, 南开大学中国公司治理研究院、南开大学商学院博士研究生。

¹本文同时选择了资产回报率 (ROA) 做稳健性检验, 结果基本一致, 限于篇幅未在文中列出结果。

² 尽管薛有志和周杰 (2013) 还发现了“管理模式重塑”的战略转型模式, 但其转型的层面、内涵以及转型后效果显现的滞后性与其他三种转型模式差异较大, 对此, 本文仅仅考虑了“公司层面”的三种转型模式。