

組織の構造的特性が 市場志向行動に与える影響

旭化成ファーマ株式会社 医薬事業戦略部

高橋 友輔

キーワード

市場志向, 影響力の集権性, 公式化, コンフリクト

本論文の目的は, Kohli & Jaworski (1990) に代表される, 組織の市場志向性を行動的側面から捉える研究を起点とし, 日本企業における組織の構造的特性が市場志向行動に与える影響を明らかにすることである。本論では特に, マーケティング戦略のマネジメントに深く関係する, マーケティング意思決定の影響力の集権性, 戦略作成の公式化, 部門間のタスク・コンフリクトに関して, 市場志向行動に影響を与える先行要因として着目する。市場志向行動のプロセスを, 市場情報の生成と普及, 反応とに細分化した上で, それらと先行要因の組み合わせがどのように影響を及ぼし合うのか, 日本の製造業におけるマーケティング担当者に対するサーベイ調査を基に, 構造方程式モデリングによる統合的な実証的解明を試みる。

謝辞

本論分は, 東京都立大学大学院経営学研究科在学中の研究を基に執筆している。在学中に, 主査である加藤崇徳准教授には, 大変的確かつ丁寧に, 熱心な指導をいただいた。心より感謝を申し上げたい。また, 桑田耕太郎教授, 水越康介教授からも, 多角的かつ貴重なご助言を賜ったことを, ここに記して謝意を表したい。