

Title	営業政策が業績に与える影響要因に関する一考察
Sub Title	
Author	朱雀, 慎太郎(Sujiyaku, Shintarou) 嶋口, 充輝(Shimaguchi, Mitsuaki)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2005
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2005年度経営学 第2061号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002005-2061

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	嶋口研究室	学籍番号	80430600	氏名	朱雀 慎太郎
(論文題名)					
営業政策が業績に与える影響要因に関する一考察					
(内容の要旨)					
<p>本研究においては、営業成果における差異は、どのような営業政策、マネジメントスタイルに起因するのか、また市場特性の相違により取るべき営業政策は異なってくるのかという問題意識に対し、市場特性、具体的には業界ライフサイクル、業界ポジション等と営業政策との適合性という視点からフレームワークを構築し、実証研究を試みた。</p> <p>分析の結果、業績の良し悪しは営業政策の違いに起因することが明らかになった。特に本研究で取り上げた営業政策、具体的には4つの政策特性因子「チーム意識」「業績評価・報酬」「革新性」「柔軟性」が、営業活動の成功・不成功を分けるキーの因子となっていることに注目する必要がある。</p> <p>次に分析結果を踏まえた上で、五つの戦略的考察が以下のとおり導き出された。</p> <p>第一にチーム意識の醸成である。環境変化への的確な対応の必要性から、権限委譲によるチーム内の信頼関係や誇りといった営業担当者個人の意識要素の向上、自部門の戦略・理念の浸透、営業担当者の役割明確性要素の向上が重要である。ただし、マネジメントレベルでの過度な協調性は、業績に負の影響を与えることが分析の結果から推察されるので、注意が必要である。</p> <p>第二に営業部門と営業担当者間において合意された目標に対する達成度と報酬が結実する考え方のもと、当事者間の頻繁なフィードバックが行われる業績評価・報酬システムが必須ある。また短期的志向、長期的志向という二元的で択一的なシステムを前提にするのではなく、むしろ両方の志向を営業担当者の期待役割に応じてバランスよく組合せることが必要である。</p> <p>第三に、トップのリーダーシップに基づいた革新性である。トップの奨励と仕組みの構築とが結実されているかが重要だということが明らかにされた。</p> <p>第四に、環境に適応するための柔軟性である。相関分析の有意性からも市場環境の急激な変化にダイナミックに適応するために、組織の柔軟性を確保することが間接的に営業業績に大きな影響をもたらすことがわかった。</p> <p>第五に、率先垂範型マネジメントスタイルの有効性である。もちろん、状況に応じて適切にマネジメントスタイルを組合わせたり使い分ける柔軟性も必要であるが、市場環境の特性や変化に関わらず重要なマネジメントスタイルは率先垂範型であることがわかった。</p>					