第一图书网, tushu007.com

<<农业企业内部绩效评估及协调分 >

图书基本信息

书名：<<农业企业内部绩效评估及协调分析>>

13位ISBN编号：9787514111620

10位ISBN编号：751411162X

出版时间：2011-11

出版时间：经济科学出版社

作者：张丽颖

页数：184

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

内容概要

农业企业作为农村经济实体直接参与农业生产、流通和服务，它不仅能够带动当地经济的发展、促进农业技术进步，而且还能够吸纳农村剩余劳动力、增加农民收入，农业企业的发展成为解决“三农”问题的关键环节。
然而我国农业企业存在规模小、起步较晚、体制不健全、管理技术落后等问题，特别是企业绩效评价方法欠缺，方法和指标陈旧、单一，不能反映企业的真实情况，甚至有的企业缺乏绩效评价制度，这严重影响了农业企业的发展。
科学的发展建立在正确认识的基础上，没有对当前企业绩效水平的正确认识就不会有合理的绩效改进目标。
企业是由多个子系统组成的，企业绩效是由各子系统创造并直接受其影响的。
企业各部门之间看似相互独立实则又是紧密联系的，
内部各组织单元既是企业价值增加链上的基本单元，又是企业战略实施的基本单位。
从资源配置的角度来看，
内部各组织资源的分布状况决定着企业内部组织的活动流程，从而决定各内部组织的绩效，《农业企业内部绩效评估及协调分析》在前人研究的基础上，力图找到科学评价农业企业内部绩效的方法和指标体系，得到与企业实际情况最接近的绩效水平和绩效改进目标。

书籍目录

第1章 绪论
1.1 选题背景
1.2 研究目的及意义
1.3 国内外研究综述
1.4 拟研究的主要内容
1.5 研究方法及技术路线
1.6 可能的创新点
第2章 农业企业内部绩效评估与协调分析的理论基础
2.1 农业企业的概念
2.2 理论基础
第3章 农业企业各节点价值增值分析
3.1 价值增值概述
3.2 企业价值增值过程分析
3.3 企业部门价值增值研究
3.4 部门协同与企业价值增值的关系
3.5 本章小结
第4章 农业企业内部部门间协同管理机制研究
4.1 农业企业内部协同的形成机制研究
4.2 农业企业内部协同的实现机制研究
4.3 农业企业内部协同的约束机制研究
4.4 本章小结
第5章 基于结构方程模型的农业企业内部绩效评价指标体系的构建
5.1 农业企业部门间协调的系统分析
5.2 基于协同管理理论的农业企业内部绩效评价指标体系构建
5.3 基于结构方程模型的指标体系科学性验证
5.4 本章小结
第6章 农业企业内部绩效评价
6.1 企业内部绩效评价概述
6.2 问卷调查
6.3 企业绩效评价方法
6.4 农业企业内部网络绩效分析
6.5 本章小结
第7章 农业企业部门间协调的博弈分析
7.1 信号博弈
7.2 协同的实现
7.3 内部绩效水平的原因分析
7.4 本章小结
第8章 提升农业企业内部绩效的政策建议
8.1 农业企业绩效改进的策略
8.2 部门间协同合作的策略
8.3 本章小结
第9章 结论与展望
9.1 结论
9.2 取得的创新性成果
9.3 展望

第一图书网, tushu007.com

附录1 关于农业企业内部绩效测评的调查问卷
附录2 量表调查原始数据
参考文献
后记

章节摘录

为了得到企业内部各经营部门的绩效和各部门的绩效水平对企业整体绩效的影响，本书按照生产经营流程，将农业企业划分为采购系统、生产系统和销售系统3个层次，在每个层次里分别设置了包括财务、员工、客户、企业发展等方面的指标。
考虑到企业的各个经营流程是前后衔接，彼此间关系密切，前一个阶段的产出作为下一个阶段的投入参与到下一阶段的流通中，因此，作者认为有些因素指标可以同时属于两个系统，如：采购原材料价值既是采购系统完成采购任务得到的产出，同时又作为生产系统的投入，用来加工生产成农产品；生产产品价值（Xlo）既是生产系统活动得到的产出，又是销售系统的投入，没有它的参与销售系统无法完成销售活动，因此，指标同时属于采购系统和生产系统，指标Xlo同时属于生产系统和销售系统。
由于农业企业经营的特殊性，在参考其他一些已经研究成形的指标的基础上，本书的指标体系又增加了采购时间占整个经营过程比重、市场开拓能力和农产品品牌建设3个指标。
采购时间占整个经营过程比重（X3），由于农业原材料生产周期长，久存易变质，库存成本高的特点，所以对农业原材料的及时、有效地采购对于生产系统的生产和企业的整体效益都起着非常重要的作用。
市场开拓能力（X16），农产品相对于其他工业产品，具有易腐烂变质，不易保存的特性，再加上农产品卖难的问题促使农业企业提高自己的营销能力，为了保持其外观和质量的完好性，在保证原有产品市场的前提下，积极地开拓外部潜在的市场。
……

第一图书网, tushu007.com

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