第一图书网, tushu007.com

<<企业战略业绩评价研究>>

图书基本信息

书名：<<企业战略业绩评价研究>>

13位ISBN编号：9787509505090

10位ISBN编号：7509505097

出版时间：2008-4

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：李晓梅

页数：302

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书为作者的博士论文，书中对国内外企业战略业绩评价的重要理论和实证研究成果进行了全面的梳理、归纳和总结，系统论证了企业战略业绩评价体系建立的经济学、管理学、组织行为学等学科的理论基础，并结合中国企业发展的阶段性战略特征，对企业战略业绩评价体系的构建进行了较为全面的研究和探索。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李晓梅，1963年11月生于北京市，1982年就读于中央财政金融学院会计系（现中央财经大学会计学院），1986年毕业，获经济学学士学位并留校任教至今。
1999年获管理学硕士学位，2007年获管理学博士学位。
曾子2003年受教育部留学基金管理委员会资助，赴英国东伦敦大学商学院作为访问学者进修一年；
于2005年受中央财经大学资助，赴澳大利亚维多利亚理工大学进修3个月。
在工作和学习期阅主编多部教材并发表论文数篇。

书籍目录

第一章 导 论　第一节 国内外业绩评价理论和方法发展历程综述　第二节 研究目的和选题意义　第三节 研究的主要内容和结构　本章小结第二章 战略业绩评价的概念界定和研究现状　第一节 企业战略业绩评价有关概念的界定　第二节 战略业绩评价研究的产生背景　第三节 国内外战略业绩评价研究成果综述　本章小结第三章 战略业绩评价研究的理论基础　第一节 委托代理理论　第二节 利益相关者理论　第三节 控制理论　第四节 权变理论　第五节 行为科学理论　第六节 激励理论　第七节 战略管理理论　本章小结第四章 战略业绩评价的主、客体定位和评价目标设定　第一节 战略业绩评价体系及评价主体和客体的定位　第二节 战略业绩评价的目标设定　本章小结第五章 战略业绩评价指标体系框架研究　第一节 战略业绩评价指标的质量特征　第二节 战略业绩评价指标体系的设计原则　第三节 战略业绩评价指标体系的总体框架设计　本章小结第六章 财务指标和非财务指标体系研究　第一节 财务指标体系研究　第二节 非财务指标体系研究　本章小结第七章 战略业绩评价标准和评价方法研究　第一节 战略业绩评价标准的设计原则　第二节 业绩评价可用标准评述　第三节 评价标准的设立方法　第四节 战略业绩评价方法研究　第五节 基于粗糙集和熵权理论的战略业绩评价模型研究　本章小结第八章 战略业绩评价体系在中国应用的思考　第一节 中国企业战略管理环境分析　第二节 依据战略业绩评价体系整合战略管理框架——以平衡计分卡为例　第三节 中国企业应用战略业绩评价体系的思考　本章小结第九章 结论与展望　第一节 研究结论　第二节 本书的主要特色和创新点　第三节 研究的局限性和未来展望　附录1 原始数据表　附录2 熵权法计算过程参考文献后记

章节摘录

第一章　导论　　现代企业的发展面临着巨大的挑战。
中国加入WTO以后，受到国际经济环境的影响，同行业的竞争愈演愈烈。
客户的需求越来越苛刻，信息使用者对财务信息透明度的要求也越来越高。
面对这些挑战，中国企业的领导者和决策者正在认真地思考如下问题：企业的业绩应如何正确予以测量和评价？
企业的内部流程应如何予以规范？
客户的满意度怎样维持和提高？
企业员工的积极性怎样才能充分发挥？
企业的核心竞争力到底是什么？
等等。
过去没有受到足够重视的一些无形资产，如竞争对手分析、新产品的研发、客户的满意度、员工满意度、人才的保留和可持续发展能力等，将构成今后企业赖以生存和发展的主要竞争优势。
　　近现代企业管理理论的创新，推进了企业管理实践的迅速发展，但无论企业管理理论和实践如何变更，总离不开计划和控制这两大基本职能。
作为控制系统有效组成部分的业绩评价，更无法脱离所在企业的管理现状。
20世纪70年代以来，企业之间的竞争日益激烈，迫使企业不但要关注当前的生存，更要重视未来的发展，必须具有战略眼光和长远的战略目标，这一切都促使了战略管理由理论迅速走向实践。
决定现代企业生存和发展的最根本因素是其战略是否正确，以及企业的管理层是否出色地实施了这种战略。
业绩评价是企业战略执行过程中的一个重要环节，通过业绩评价形成的反馈信息，可供企业管理层适时地修正和调整企业战略。

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