

定性指标如何考核，绩效管理的有效方式是什么-股识吧

一、如何将定性的评价指标量化

量化指标土地承载力：是指在一定时期一定社会经济条件下，与国土资源生产力相适应，保证一定生活水平和营养水平下所容纳的人口限度。承载力是一个变量，它应与一个地区或国家的经济发展和科学技术水平相协调。随着社会的发展，土地资源承载力就不仅仅指土地对人口的承载限度，而是指在一定时期、一定空间区域和一定的社会、经济、生态环境条件下，土地资源所能承载的人类各种活动的规模和强度的阈值。

在绩效考核中，对于定性的评价指标一般是用“加权打分”的方法给予量化的。

例如，横向（表中为行）：工作质量（评价要素），分数（加权）15。

纵向（表中位列）：评价等级分5级。

A、自发、自动、自觉地工作，总是提前完成工作任务，效率高，质量优（15分）。

B、自发、自动、自觉地工作，按时完成工作任务，效率较高，质量较好（12）。

C、在领导的关注下能主动工作，按时完成工作任务，效率一般，质量合格（9分）。

D、经过督促和指导能按时完成工作任务，效率较差，质量有微小瑕疵（6分）。

E。

经过督促和指导仍难以完成任务，效率差，质量不合格项较多（2分）。

二、如何考核企业责任目标的定性部分（定性部分包括：制度建设、发展创新、企业文化）

在下野人献曝，就将余世维老师在“企业文化与变革”中对企业文化进行考核的机制拿出来现下丑，希望对楼主能有帮助，如果没有起到什么作用还请楼主原谅！

（满分10分）1个人拥有独立自主权的程度 2鼓励员工冒险的容忍程度 ; 公司如果绝对不许员工冒险，犯了错误统统要负起责任，那么就是0分。

 ;

公司能够容忍员工冒险，而且负了责任上面愿意抗起来，那么就是6分到7分。

3设定目标与绩效的期望程度 ;

如果说有目标又有绩效达到了有奖励我们就给他8分9分。

4各个部门彼此协调运作的程度 ;

部门与部门之间

大家都经常协调，大家都不断的沟通，而且效果很好，就可以达到7分 8分甚至于9分。

偶尔协调 偶尔运作，不能称作很满意，勉强可以接受，那么就是5分。

协调性很差，大家彼此都不努力运作，都是本位主义，那就是2分1分。

5 经理人支持部署的程度

如果做主管的都能够去顶这个部下，而且都能够教育这个部下，都能够指导下部，而且部下的事情他都能够看做自己的事情一样，那么就可以是8分9分甚至10分。

做经理的不支持部下，不管部下，也不照顾部下，对部下的事情也不表示首肯，也不表示反对，一切听其自生自灭，这个就是3分 2分 1分 甚至0分。

6 规定与管制办法多寡的程度

在公司里面，管制办法很多，但是大家并不照章办事，3分 2分 1分

如果公司有很多规定，大家也算的上勉强遵守，那就是5分 6分。

公司的法令不太多，但是大家都自动自发，完全凭自己良知良仁去做事，那就8分9分 7分

7 成员认同整个组织的程度

大家把公司看做家一样，公司出了事情大家马上就非常的着急，要替公司解决问题，也很爱惜公司的资源，也很注意公司的目标，也很照顾公司的员工，也很注意到整个公司的氛围，就是非常的认同，那就是 8分9分10分。

如果大家都不认同这个公司，对公司的业绩无所谓，对公司的要求不在乎，那就是2分1分。

8 薪酬给予根据员工的绩效程度

如果表现好的我们加薪，我们升迁，如果表现不好的，我们不加薪 不升迁，表现很差的我们甚至可以降薪，甚至可以降职，就是从刚才的7分8分

到5分6分

到2分3分 9 允许员工公开争执，与批评的程度

员工在开会的时候可以公然的提起他自己的想法，队主管的政策或主管的措施可以提出不同的意见。

我们允许员工可以这样子的提出，而且虚心的接受员工对我们的批评，这样子9分，最少也是8分。

如果我们偶尔同意，偶尔不同意，而且甚至于暗示员工，不要经常批评公司的制度，那就是4分3分

公司不允许任何批评那几乎就是1分0分，

10内部沟通受到职权的层级限制我们怎么办？ ;
如果一个主任他要对经理去诉说一个副理对他不公平的事情，如果完全受到禁止，这样子的分数就是1分0分。
 ;
如果一个主任能把这个事情完全自由的反应给经理，诉说一个副理的不是，可以达到8分 9分 10分。

三、定性指标用什么方法分析

定性分析与定量分析应该是统一的，相互补充的；
；
定性分析是定量分析的基本前提，没有定性的定量是一种盲目的、毫无价值的定量
；
；
定量分析使之定性更加科学、准确，它可以促使定性分析得出广泛而深入的结论
定量分析是依据统计数据，建立数学模型，并用数学模型计算出分析对象的各项指标及其数值的一种方法。
定性分析则是主要凭分析者的直觉、经验，凭分析对象过去和现在的延续状况及最新的信息资料，对分析对象的性质、特点、发展变化规律作出判断的一种方法。
相比而言，前一种方法更加科学，但需要较高深的数学知识，而后一种方法虽然较为粗糙，但在数据资料不够充分或分析者数学基础较为薄弱时比较适用，更适合于一般的投资者与经济工作者。
因此，本章以后几节所做的分析基本上以定性分析为主。
但是必须指出，两种分析方法对数学知识的要求虽然有高有低，但并不能就此把定性分析与定量分析截然划分开来。
事实上，现代定性分析方法同样要采用数学工具进行计算，而定量分析则必须建立在定性预测基础上，二者相辅相成，定性是定量的依据，定量是定性的具体化，二者结合起来灵活运用才能取得最佳效果。
不同的分析方法各有其不同的特点与性能，但是都具有一个共同之处，即它们一般都是通过比较对照来分析问题和说明问题的。
正是通过对各种指标的比较或不同时期同一指标的对照才反映出数量的多少、质量的优劣、效率的高低、消耗的大小、发展速度的快慢等等，才能为作鉴别、下判断提供确凿有据的信息。

四、如何设置职能部门的绩效考核指标

首先，设置明确的绩效考核指标目标，尤其是关键绩效指标。

绩效考核指标的目标是绩效考核指标的核心内容，它明确工作的目标以及考核标准的，如果没有目标值的绩效考核指标，这样的绩效考核指标就不是绩效考核指标。

其次，设置恰当的定量绩效考核指标和定性的绩效考核指标的组合。

这两类指标考核的内容和侧重的要点均有所不同。

具体来说，采用定量指标进行绩效考核，在明确考核指标的情况下，一般是简单明了、较易实施，量化的考评结果可以在个人和组织之间进行比较。

但是，在实际操作中，定量指标往往难以合理、有效和科学确定，或者笼统，或者缺乏针对性。

采用定性指标进行绩效考核，可以对整个工作进程进行评价，适用的范围较广。

但是，在实际操作中，定性指标的评价往往会有考核者的主观倾向，准确度易受影响，被考核者对考核结果的认同和信服感也会受到影响。

然后，绩效考核指标的设置需要考虑到素质与业绩并用。

重素质，重业绩，二者不可偏废。

过于重“素质”，会使人束手束脚，过分重视个人行为和人的人际关系，不讲实效，而且妨碍人的个性、创造力的发挥，最终是不利于组织整体和社会的发展。

过于重“业绩”，又易于鼓励人的侥幸心理，令人投机取巧、走捷径、急功近利、不择手段。

一套好的考核指标，必须在“业绩”和“素质”之间安排好恰当的比例。

应该在突出业绩的前提下，兼顾对素质的要求。

最后，明确绩效考核指标的标准并及时的进行记录。

对所确定的各项考核指标，设定明确、可依据的考核标准，约定具体的数量、完成时间要求及扣分标准，可以给绩效考核提供依据。

在设置绩效考核指标的标准之后对于职能部门员工的绩效数据要有准确清晰地记录。

。

五、如何制定需求的考核指标

您好，智慧365小编为您解答：1、将绩效考核回归真正的绩效绩效考核是对员工绩效的评价，那么什么是员工的绩效？绩效是一个含义广泛的概念，在不同情况下，绩效有不同的含义。

从其字面上来看：“绩”是指业绩，即员工的工作结果；

“效”是指效率，即员工的工作过程。

也就是讲：绩效=结果+过程（取得未来优异绩效的行为与素质）绩效=做了什么（

实际结果) +

能做什么(预期结果)需要说明的是,绩效考核无疑是绩效导向式的。

但绩效导向并不意味着只关注结果,在关注结果的同时,它同时关注取得这些结果的过程,即员工在未来取得优异绩效的行为和素质,所以讲,这里的绩效是过去绩效与未来取得优异绩效的行为与素质的总和。

2、关键绩效指标体系关键绩效指标(KPI)是对公司及组织运作过程中关键成功要素的提炼和归纳。

因此,关键绩效指标具有以下特征:将员工的工作与公司远景、战略与部门和相连接,层层分解,层层支持,使每一员工的个人绩效与部门绩效,与公司的整体效益直接挂钩。

保证员工的绩效与内外部客户的价值相连接,共同为实现客户的价值服务。

员工绩效考核指标的设计是基于公司的发展战略与流程,而非岗位的功能。

所以,关键绩效指标与一般绩效指标相比,把个人和部门的目标与公司整个的成败联系起来,就更具有长远的战略意义。

因为关键绩效指标体系集中测量我们需要的行为,而且,由于其简单明了,少而精,就变得可控与可管理。

对于员工而言,关键绩效指标体系使得员工按照绩效的测量标准和奖励标准去做,真正发挥绩效考核指标的牵引和导向作用。

3、关键绩效指标的设计思路关键绩效指标体系的建立,通常使用的方法是“鱼骨图”分析法,其主要步骤包括:确定个人或部门业务重点,确定哪些个体因素或组织因素与公司相互影响;

确定每一职位的业务标准,定义成功的关键因素,即满足业务重点所需要的策略手段;

确定关键绩效指标,判断一项绩效标准是否达到的实际因素。

关键绩效指标的分解与落实以市场营销人员为例,要确定其关键绩效,首先必须根据公司的战略目标,确定营销部门实现公司战略目标的职责和关键成功要素,然后通过层层分解,确定市场营销部门内部各职能部门和业务部门及相关流程的关键绩效指标体系,进而分解为营销人员的绩效考核指标。

、合同错误率降低率除外,依据市场营销人员的业务现状,还可加入团队合作、市场分析、客户关系等定性关键绩效指标。

需要补充说明的是,在以上市场营销人员的关键绩效指标体系的基础上,加入“营销系统人均毛利”指标,就可以将个人关键绩效指标体系扩展为组织的关键绩效指标体系,即可以形成面向营销部门的组织绩效考核的关键绩效指标体系。

对于关键绩效指标难以量化的员工,如人力资源管理者、行政事务人员、财务人员,其关键绩效指标的确定难度相对大一些,但也并不是无法实现的。

4、关键绩效指标考核的支持体系关键绩效考核指标确定以后,这些指标能否运用于绩效考核,进而绩效考核能否产生预期的效果,还取决于企业是否建立一套完善的支持体系。

六、绩效管理的有效方式是什么

5 + 旷工天 × 4 + 事假天 × 0 ;

B级 (基本达到标准要求/差, 份内工作非常完善

3. 责任心强员工绩效考核绩效考核评估表 员工姓名 所在岗位 所在部门 评估区间
年月 年月 评价尺度及分数 优秀 (10分) 良好 (8分) 一般 (6分)

较差 (4分) 极差 (2分) 评估项目 标准与要求 评分 权重 自我评分 直属评分
经理评分 总经理评分 本栏平均分 工作业绩

1. 工作目标达成性 (人均产能目标、早退次 × 0 ;

机/优秀或良好)、积极

4. 不浪费时间: 是否乐观: 罚款/, 能自动自发地工作: 迟到、管理决策的能力 2

2. 组织与领导的能力 3. 沟通与协调的能力 4. 开拓与创新的能力

5. 执行与贯彻的能力 工作素质 1. 任劳任怨;

品质的控制或改良 4. 团队的稳定性: 总经理, 勤勉.2= 分 ;

环/、主动.处罚, 注重个人举止、管理目标) 4

2. 生产安全管理效果 (人/法的安全状态) 3. 相关技术/:

直属, 竭尽所能达成任务 2 2. 工作努力;

一般): 70~79分, 属下人员纪律性 5. 6S管理、制度落实状况 工作技能

1. 业务知识技能: 80~89分.奖励、进取 考评人签名 本人、诚恳: 评估得分

工作业绩平均分 × 4 + 工作技能平均分 × 2 + 工作素质 × 2 + 工作态度 × 2 = 分

出勤及奖惩 (由人事提供信息) , 2. 团结协作、ISO执行情况;

警告次 × 1 + 小过次 × 3 + 大过次 × 9 = 分

: 90~100分, 工作运转顺畅, 不畏劳苦;

合格), 团队意识 3. 守时守规: 经理.出勤.5 + 病假天 × 0, 维护公司形象

5. 工作的责任感与对公司的奉献精神 工作态度 1. 服从工作安排, 起表率作用

4. 职业道德与操守;

C级 (接近标准要求或相差不多/、需改进);

物/;

D级 (远低于要求标准/ : 表扬次 × 1 + 小功次 × 3 + 大功次 × 9 = 分 总分 评估得分

分 - 分 - 分 + 分 = 分 级别划分 A级 (超过标准或达标/, 无怨言

5. 工作精神面貌, 务实

参考文档

[下载: 定性指标如何考核.pdf](#)

[《招商证券股票趋势图怎么看》](#)

[《股票中船系怎么样》](#)

[《美发店未消费卡金分红怎么分》](#)

[下载：定性指标如何考核.doc](#)

[更多关于《定性指标如何考核》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/74390025.html>