

<<中小企业正规化管理制度大全>>

图书基本信息

书名：<<中小企业正规化管理制度大全>>

13位ISBN编号：9787801758736

10位ISBN编号：7801758730

出版时间：2008-10

出版时间：长安出版社发行部

作者：吴海东

页数：276

字数：360000

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>

<<中小企业正规化管理制度大全>>

前言

制度管人最有效管人，最根本的目的在于维持秩序。

一个企业若想正常运转，不仅需要管理者细心掌舵，更要有一套正规，行之有效的管理制度作为基本保障。

人们常说“没有规矩不成方圆”，讲的就是制度的作用。

本书提倡借助各项明文规定的企业制度，实现日常工作简单化的管人效果。

制度本身是一种规范，如果没有这种统一的约束力。

企业内部自然会乱成一锅粥，管理者会有操不完的心、生不完的气，到头来不得不耗费大量时间和精力去处理诸多琐屑的事情。

如果把员工招聘、人事调动、薪金福利、考勤值日、绩效管理等企业常态事务用制度的形式加以说明，再由各个部门负责落实，管理者就可以腾出时间来考虑企业的发展大局。

制度管人，看似不讲情面，让员工感觉不舒服，但是它对于维持整个团队的良性运转是至关重要的，甚至有时候管理者也要“对自己狠一点”。

曹操刚当上军队领导时，曾明令禁止士兵的马匹毁坏庄稼，并规定违令者要砍头。

偏偏有一次，曹操的坐骑受了惊吓，踏坏一大片麦子。

事发之后，当着所有士兵的面，曹操主动要求受罚。

身为主帅，脑袋掉了自然无法带兵，曹操自拔宝剑割掉一络头发：在“身体发肤受之于父母”的时代，这种做法已是近乎于斩首的惩罚。

士兵们看到主帅“唱白脸没商量”，对他自己也不含糊，心里面自然更是敬畏，做事更不敢越轨，部队的纪律性由此变得更强。

用制度管人，就要给制度以最大的权威性，在制度面前，无论是骨干还是小兵都得一律服从，没有任何情面好讲。

如果任何人胆敢挑战制度的权威，管理者就要一不做二不休，实施强硬手段。

人的本性中都有懒惰懈怠的一面，如果管理者一味放纵，就会使员工身上这种懒散状态越发扩散，直至影响整个团队的正常工作。

用制度加以约束，可以让员工调整到最基本的工作状态。

此外，好的制度还能体现公平性原则，使公司内部不会出现干活多的人享受的待遇却跟其他同事一样的状况。

唱白脸管人，让制度说话，可以让管理者从常态化的事务中解脱出来，专注于更重要的工作。

好制度可以使重复的流程简单化，节省企业大量的资源和成本，因此让所有员工都了解制度，是管理者必须要做的事。

本书并非是对诸多管理制度的简单罗列，而是在去粗取精的基础上，力求将更实用的制度、规定和流程提供给大家。

每个管理者应当从本公司的实际情况出发，以本书为参考。

制定出一套个性化正规化的制度范本，做到制度管人有理有据。

同时，对过时的制度进行因地制宜的调整，以适应企业发展的新变化和新需要。

<<中小企业正规化管理制度大全>>

内容概要

组织结构：打造企业内部组织结构，清晰各部门具体功能。

岗位设计：明确岗位职责，人人清楚本职工作。

招聘制度：寻找与选择组织发展所需的高质量人力资源。

培训制度：帮助员工成为合格的工作人员。

薪资制度：兼顾竞争力与成本效益的原则，保持企业内部人员稳定。

福利制度：使员工及家属获得更大便利，安心为企业服务。

差旅制度：确定单位差旅支付标准，树立人员廉洁、勤勉和高效的态度。

绩效管理：确保员工的工作活动、工作产出与组织目标保持一致。

奖惩制度：坚持有效公平的奖惩原则，使员工心情舒畅、发挥积极性。

保密制度：防止商业信息的泄漏造成不必要的经济损失。

会议制度：目的在于改进会议作风、缩短会议时间和提高会议质量。

正规化管理就是用一整套科学的管理制度约束员工行为与工程流程，从而实现高效有序的企业机制。强化制度的权威性，对于保持团队高效运转，调动人员的纪律性、积极性和创造性意义重大。

<<中小企业正规化管理制度大全>>

书籍目录

第一章 企业组织结构：各部门职责范围描述

- 一、企业组织结构设计
- 二、企业各部门职责范围描述

第二章 企业岗位设计：各岗位职责描述

- 一、岗位设计
- 二、企业各岗位职责描述
- 三、员工守则

第三章 企业员工的流动：招聘和变动制度

- 一、招聘制度
- 二、签约录用及试用相关事项
- 三、企业员工迁调相关制度
- 四、档案管理

第四章 员工的潜力开发：培训制度

- 一、员工培训概述
- 二、企业员工培训制度汇编

第五章 企业员工的待遇：薪资和福利制度

- 一、薪资制度
- 二、奖金发放规定汇编
- 三、福利概述
- 四、企业福利制度汇编
- 五、企业员工福利制度范例

第六章 员工的常态管理：考勤、值班和差旅制度

- 一、考勤制度
- 二、员工加班、值班相关制度
- 三、员工休假相关规定
- 四、员工出差相关制度

第七章 员工的赏罚：绩效管理、合理化建议与奖惩制度

- 一、绩效管理
- 二、员工提案及合理化建议相关制度
- 三、员工奖惩制度

第八章 企业的保密措施：会议制度和文件管理

- 一、会议程序制定
- 二、会议事务细则
- 三、会议管理细则
- 四、企业会议管理制度
- 五、文件的管理细则
- 六、电子文件归档与电子档案管理办法

章节摘录

(三) 经营部门1.财务部 (1) 组织编制公司年、季度成本、利润、资金、费用等有关的财务指标计划, 定期检查、监督、考核计划的执行情况, 结合经营实际, 及时调整和控制计划的实施; (2) 制定公司财务、会计核算管理制度, 建立健全公司财务管理、会计核算、稽核审计等有关制度, 督促各项制度的实施和执行, 定期编制年、季、月度种类财务会计报表, 搞好年度会计决算工作; (3) 编写财务分析及经济活动分析报告, 会同信息部、经营部等有关部门, 组织经济行动分析会, 总结经验, 找出经营活动中产生的问题, 提出改进意见和建议, 并提出经济报警和风险控制措施, 预测公司经营发展方向; (4) 负责固定资产及转向基金的管理, 会同经营、技术、行政、后勤等管理部门, 办理固定资产的购建、转移、报废等财务审核手续, 争取计提折旧, 定期组织盘点, 做到账卡物相符; (5) 负责流动资金的管理, 会同营销、仓库等部门, 定期组织清查盘点, 做到账卡物相符。

同时, 区别不同部门和经营部门, 层层分解资金占用额, 合理地有计划地调度占用资金; (6) 负责对公司低值易耗品盘点核对, 会同办公室、信息、行政、后勤、技术等有关部门做好盘点清查工作, 并提出日常采购、领用、保管等工作建议和要求, 杜绝浪费; (7) 负责公司产品成本的核算工作, 制定规范的成本核算方法, 正确分摊成本费用。

制定适合公司特点和管理要求的核算方法, 逐步推行公司内部二级或三级经济核算方式, 指导各核算单位正确进行成本费用及内部经济核算工作, 力争做到成本核算标准化、费用控制合理化; (8) 负责公司资金缴、拨, 按时上缴税款, 办理现金收支和银行结算业务。

及时登记先进和银行存款日记账, 保管库存现金, 保管好有关印章、空白收据、空白支票; (9) 负责公司财务审计和会计稽核工作, 加强会计监督和审计监督, 加强会计档案的管理工作, 根据有关规定, 对公司财务收支进行严格监督和检查; (10) 负责进销物资货款把关。

对进销物资预付款要严格审核, 采购货款支付除按计划执行外, 还需经分管副总经理或总经理、董事长审核签字同意, 方可支付; (11) 认真完成领导交办的其他工作任务。

2.采购部 (1) 按照公司需要制定采购政策, 根据公司年度工作计划制定相应的采购供应计划, 按消耗定额和采购程序, 编制每季、每月的采购供应计划, 并努力按计划安排或工程施工进度, 按消耗定额和采购程序, 编制每季、每月的采购供应计划, 并努力按该计划执行以确保正常生产秩序; (2) 按公司的规定签订和履行采购合同, 负责及时地订货、运输、质检验收、交料、结算和储存工作, 办好验收交接手续, 保证质量达到规定标准; 统一采购, 加大批量, 货比三家选择价廉物美的商品物资, 以降低综合采购成本; (3) 负责供应物资的仓储管理, 严格按照规定办理入库、出库、储存、报损等手续, 保证库存物资完好无损, 做到账卡物相符, 加强仓库安全包围工作, 防止贵重物资被盗; 定期或不定期地清理库存, 压缩不合理库存量, 清理多余剩余材料, 做好材料的串换易物工作, 盘活存量, 减少浪费, 加速资金周转; (4) 推行计算机化的采购与物资管理, 运用经济批量采购策略和ABC分类管理办法, 降低物资成本; (5) 负责与采购、物资相关的资料、账册、报表的收集、整理和归档工作, 及时编制相关的统计报表; (6) 积极主动追踪生产资料市场的供求状况、价格走向, 提出最佳采购建议, 密切关注新材料、新工艺、新技术、新设备动态, 并及时反馈到研发、技术、设备部门, 为其设计造型、改良和更新提出参考意见; (7) 对长期主要供应商进行可信度调查, 实行定期等级评估并进行调整; (8) 完成总经理交办的其他任务。

3.营销部 (1) 根据公司长远战略规划, 提出相应的营销发展目标、规划和年度营销工作计划, 并制定细化的季度、月度营销计划; 完成公司下达的年度销售指标及诸如销售额、合同履约率、销售计划完成率、销售成本和回款速度等考核指标; (2) 开拓市场, 运用各种有效促销方式, 确保市场占有率, 及时做好应收款项回笼的工作; 建立营销网络和售后服务体系, 遴选、培训、指导、评价、调整、淘汰、奖励与惩罚经销商和推销员队伍; (3) 负责商品广告的费用预算、策划、委托设计、制作和发布, 评估广告效果, 并及时做出调整, 会同信息部开发互联网上营销和上网广告方案及其实施; (4) 负责市场调研与市场预测工作, 及时掌握市场行情动态并作出相应调整, 对重大市场变动和政策变动情况及时上报公司领导; (5) 负责各类销售原始资料的归类、整理、收集、存档的管理工作, 及时编制销售统计报表和分析报告; 建立、保存和分类管理公司客户资料, 负责公司产品包装装潢、商标设计及使用管理等; (6) 完成总经理交办的其他任务。

<<中小企业正规化管理制度大全>>

编辑推荐

《中小企业正规化管理制度大全》由长安出版社出版。

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>