

现代

办公室管理规章制度 全书

童一秋 / 主编

BANGONGSHIGUANLIGUIZHANGZHIDU



现代办公室
管理规章制度全书

银声音像出版社

现代办公室 管理规章制度全书

(第二卷)

银声音像出版社

目 录

第 二 卷

第二篇 日常办公事务管理规章制度

第二十一章 调查研究工作管理规章制度 (下)

——调查研究工作管理规章制度典范····· (607)

- 一、个人调查操作规程····· (607)
- 二、竞争对手调查操作要点····· (609)
- 三、销售现场动态调查操作规程····· (610)
- 四、市场调查规程····· (620)
- 五、市场问卷调查范例····· (626)

第二十二章 办公室人力资源管理规章制度 (上)

——办公室人力资源管理工作概要····· (655)

- 一、人力资源的涵义····· (655)
- 二、人力资源的特点····· (657)
- 三、人力资源的利用····· (658)
- 四、人力资源的状况····· (660)
- 五、企业人事管理····· (664)

第二十三章 办公室人力资源管理规章制度 (下)

——办公室人力资源管理规章制度典范····· (679)

- 一、办公室人事管理制度····· (679)
- 二、人事管理规章····· (693)
- 三、人事管理操作程序····· (708)
- 四、办公室人事管理细则····· (722)
- 五、干部管理暂行办法····· (744)
- 六、管理人员录用规定····· (750)
- 七、综合管理人员培训制度····· (751)

八、关于聘用制干部管理的办法·····	(757)
九、人员晋升管理办法·····	(763)
十、辞退与辞职管理条例·····	(765)
十一、办公室人事考核规章·····	(768)
十二、人事综合考评制度·····	(775)
十三、人事考核标准细则·····	(783)
十四、考勤管理制度·····	(797)
十五、员工考勤工作注意事项·····	(801)
十六、员工出勤管理办法·····	(805)
十七、员工加班管理细则·····	(807)
第二十四章 办公室人事监察管理规章制度(上)	
——办公室人事监察管理工作概要·····	(810)
一、人事监察的涵义·····	(810)
二、人事监察的作用·····	(811)
三、人事监察的内容·····	(814)
四、人事监察的原则和方法·····	(817)
五、人事监察的类型·····	(820)
六、人事监察的改革与发展·····	(823)
第二十五章 办公室人事监察管理规章制度(下)	
——办公室人事监察管理制度典范·····	(825)
一、党政领导成员党风廉政责任制·····	(825)
二、关于厉行节约制止奢侈浪费行为的规定·····	(828)
三、党风廉政工作责任制考核办法·····	(832)
四、人事部门勤政廉政措施·····	(835)
五、关于保持物资部门职工廉洁的规定·····	(836)
六、关于企业内部违法违纪案件调查分工与协作配合关系的规定·····	(838)
七、关于领导干部廉洁自律的若干规定·····	(839)
八、关于加强企业监察工作的规定·····	(841)
九、关于增加职工住房分配透明度的暂行规定·····	(843)
十、经费审查委员会工作制度·····	(845)
第二十六章 办公室合同管理规章制度(上)	
——办公室合同管理工作概要·····	(846)
一、合同管理概述·····	(846)

二、合同的订立·····	(850)
三、合同的履行·····	(856)
四、违约责任·····	(860)
五、合同纠纷的解决·····	(863)
六、合同的鉴证与公证·····	(883)
第二十七章 办公室合同管理制度 (下)	
——合同管理制度典范·····	(886)
一、合同管理暂行办法·····	(886)
二、合同审批制度·····	(890)
三、合同管理规定·····	(893)
四、劳动合同制管理规定·····	(897)
第二十八章 出国出境工作管理制度 (上)	
——出国出境工作管理概要·····	(905)
一、办理因公出国申报审批手续的一般程序·····	(905)
二、办理因公出国申报审批手续需注意的问题·····	(906)
三、因私出国的条件·····	(907)
四、办理因私出国申报审批手续的一般程序·····	(907)
五、因私赴香港、澳门地区的有关规定·····	(908)
六、护照的概念与种类·····	(908)
七、护照的办理·····	(913)
八、护照的延期加签和变更加注·····	(915)
九、申办外国入境许可证明·····	(917)
十、签证的概念与种类·····	(917)
十一、签证的有效期、有效次数及停留期·····	(918)
十二、因公出国出境人员办理外国签证的渠道及程序·····	(918)
十三、因私出国出境人员办理外国签证的渠道、办法及 应注意的问题·····	(920)
第二十九章 出国出境工作管理制度 (下)	
——出国出境工作管理制度典范·····	(922)
一、出国人员政审工作暂行规定·····	(922)
二、因公出国 (境) 人员申办护照、签证办法及护照 管理的规定·····	(934)
三、申办因公出国的程序及护照管理的规定·····	(938)

第三篇 会议管理规章制度

第一章 会议管理基础知识	(945)
一、会议概述	(945)
二、会议的类别	(949)
三、会议的改革	(951)
第二章 会议准备工作	(956)
一、会议酝酿与会议程序	(956)
二、会议准备	(975)
三、各种会议的具体安排	(992)
第三章 会议管理	(1002)
一、会议管理概述	(1002)
二、会议管理技巧与会风建设	(1012)
第四章 会场工作与会议文书工作	(1037)
一、会场工作	(1037)
二、会议文书工作	(1045)
第五章 会后工作管理	(1050)
一、会后工作	(1050)
二、会议决定事项的传达与催办	(1061)
三、会议的落实与反馈	(1066)
第六章 会议管理规章制度典范	(1081)
一、会议管理制度	(1081)
二、每周例会制度	(1084)
三、会议布置管理规定	(1085)
四、会议规程	(1086)
五、会议管理要领	(1090)
六、会议工作细节审核一览表	(1091)
七、会议室使用和管理规定	(1095)
八、公司工作会议制度	(1097)
九、企业会议管理制度	(1098)

第四篇 财产物资管理规章制度

第一章 财产物资管理基本理论与制度 (上)	
——财产物资管理基本理论	(1105)
一、财产的分类	(1105)
二、财产物资的技术管理	(1112)
三、财产管理的基本要求	(1114)
第二章 财产物资管理基本理论与制度 (下)	
——财产物资管理规章制度典范	(1176)
一、固定资产管理制度	(1176)
二、不动产管理制度	(1178)
三、财产采购管理制度	(1181)
四、财产管理制度	(1183)
五、固定资产火灾保险事务处理准则	(1185)
六、财产管理办法	(1189)
第三章 生产设备管理规章制度 (上)	
——生产设备管理工作概要	(1190)
一、设备管理概述	(1190)
二、设备的更新和改造	(1199)
第四章 生产设备管理规章制度 (下)	
——生产设备管理规章制度典范	(1202)
一、新增设备管理规定	(1202)
二、使用设备管理规定	(1203)
三、转让和报废设备管理规定	(1204)
四、设备事故分析处理办法	(1205)
五、设备检修保养规定	(1206)
六、设备日常维修管理办法	(1207)
七、设备运行动态管理制度	(1208)
八、设备故障处理办法	(1210)
九、设备润滑管理规定	(1211)
十、配电维修保养规定	(1213)

第二十一章

■ 调查研究工作管理制度（下） ——调查研究工作管理制度典范

一、个人调查操作规程

第一部分 个人调查的主要项目

先研究调查时间、调查目的、调查对象、调查方法等问题，然后再将其具体的策略进行检查分析，有效完成收集资料的工作，最后再整理资料，形成报告书。

第二部分 个人调查的开展

对于个人调查的开展，各调查员如果使用不关联的问题，报告者将会进行各种不同的判断，因此问题的规格必须做到统一。

1. 调查监督员和调查员召开协议会议，将调查目的、调查方法、调查事项、回答书回收时间等充分协调，并对各项调查一致行动。

2. 调查员的职责。

(1) 调查员应对问题内容加以理解并确定问题顺序。

(2) 研究要调查地区的地图、交通工具、调查对象等问题，力求投入最少的时间精力收获最大的成效。

(3) 准备调查用的印刷品。

(4) 在进行实际调查时，要做到不看问题书也能顺利地提问。

3. 以上各项准备完成后，才能在实际中实行，其方法主要有：

(1) 接近方法。

- 1) 不得采取审问式的发问方式,要充分尊重回答问题者。
- 2) 提前设计初次见面的问候,给人良好的第一印象。
- 3) 调查时无论对方配合与否,都要随机应变,将调查工作做好。
- (2) 提问的方式。

1) 从第一个问题就可知道回答者对调查的问题有多少的关心度或者多少的知识,因此问题应该尽量平易自然。

- 2) 使对方在不知不觉之中,进入调查的主题。
- 3) 不对问题的内容进行说明。
- 4) 按照问题书的问题顺序发问。
- 5) 不问与主题无关的问题。
- 6) 问题书里的问题应全部问完。
4. 当对方的回答太离题时,应将其拉回主题,并注意表达技巧。
5. 不和对方争论。

6. 如果回答者对问题做了不适当的回答,自己应判断其说话的态度、真实性等,然后转向下一个问题。

7. 对于“不知道”的回答,不可轻率加以处理。

8. 如果有模棱两可的回答,应引导其回到“在原则上同意吗”等的回答上来。

9. 如果使用卡片,在对方书写时不可凝视,以便使对方能顺利填写,其时间应定为10分钟左右。

第三部分 调查员

1. 遵照调查监督者的指示,忠实地实行调查事项。

对于回答偏向一方,在无意识的情况下造成的错误,不能完全达成调查目的等事项,要尽量避免。

2. 有较强的判断力和理解力。

调查员在进行调查时,要随时作出正确的判断和理解。

3. 具有丰富的常识。

调查员必须要有丰富的常识,如果缺乏常识,就不能得到正确而满意的调查结果。

第四部分 记录的处理

1. 要向对方说明对其回答是绝对保密的,以便取得其信任。

2. 如果因记录而导致对方拒绝回答,就应该放弃记录,而将其谈话内容记在大脑里,离去后再做记录。

3. 如果对方并不反对记录, 可以将问题书取出, 表示调查员并不会加入自己的意见, 而是要将回答忠实记录。
4. 确实听取被调查者所说的话, 并迅速确实地记录。
5. 避免漏掉记录。调查员不可因疏漏而造成调查不准确。
6. 对于对方的性别、职业种类、年龄、家族关系、财产关系、教育程度等, 均要做好记录, 并严守秘密。
7. 调查结束后, 应对被调查者表示谢意。
8. 依照上列事项, 在当天还应进行下述整理工作:
 - (1) 整理问卷。
 - (2) 进行回答者的观察记录。
 - (3) 整理调查对象表。
 - (4) 撰写当日的报告书, 向调查监督者报告。

二、竞争对手调查操作要点

第一部分 从营业状态中获取情报

1. 营业状态是竞争对手经营状况的直接反映, 调查员须认真加以观察分析。
2. 判断营业状态的基准有:
 - (1) 营业情况;
 - (2) 与交易户的关系;
 - (3) 与交易银行的关系。
3. “营业情况”范围较大, 要择定重点, 不可只从表面上进行判断。
4. 从“交易往来关系”可以判断其进货在质量上、信用上是否有问题。
5. “与交易往来银行的关系”虽然在调查有一定难度, 但其情报价值极为突出。

第二部分 获取经营者的有关情报

1. 尽管经营者的情报一般很少变化, 但是仍须认真分析, 以获取其中有价值的信息。
2. 对经营者的评价通常是调查中最困难的一环, 因此在情报处理中要有充分的准备。
3. 以经营者的评价有三个基本要素, 即经验、能力和性格。

4. “经验”并不只意味着经历。经营者自身的实绩和风格也是非常重要的评估资料。

5. 能力有许多的要素，行销能力、劳务能力、计数能力、管理能力、金融能力等是主体，可从日常的营业活动中加以认识。

6. 经营者的性格可以通过其营业员的言行加以判断。

第三部分 从资产状态中获取情报

1. 从资产负债表中可以了解对方的资产构成情况和运行状态。

2. 通过财务报表可以有更为准确的判断。

3. 现金入帐、支票付款期等，则可了解竞争对手的财务状况。

4. 商品的库存量是了解对方的重要情报，不仅要调查出其实际的库存量，还要争取调查到其入货、出货的情况。

5. 要克服经费和人员问题而尽量对竞争对手全部交易往来客户进行调查。

三、销售现场动态调查操作规程

第一部分 调查表填写事项

1. 调查目的

企业间竞争日趋激烈，这对企业的经营管理提出了更为严格的要求。为了建立切实可行的经营方针和措施，必须尽可能详细而具体地对营销现场进行调查。

2. 注意事项

(1) 填写应实事求是，力求客观与及时。

(2) 必须注明填写日期和时间。

(3) 如果没有充足的时间来观察并填写，可以采用“瞬时观察法”，事先规定一个观察间隔时间，每一小时或每二小时观察一次，依据概率来推断总体情况。

(4) 在填表之前，把观察和推断的具体事项，填写在表头。

3. 调查项目说明

(1) 关于店铺布局调查表

1) 商品陈列格局须经常进行合理调整，目前格局须如实记录下来。

2) 如果需要对店铺布局进行调整，则须把调整的设想绘成图表。

(2) 关于顾客调查表

1) 参考有关商品分类的规定, 然后对现有分类进行研究、分析, 以确定适宜的分类办法, 并据此对顾客购买行为进行调查。

2) 对于难以归类的商品, 须作为例外处理。

3) 对顾客购买行为进行观察, 应以三十分钟为一个观察期。

4) 对顾客年龄段的划分, 应切合实际。

5) 对于顾客的职业, 通常划分为“学生”、“家庭主妇”、“办事员”、“蓝领阶层”、“白领阶层”、“无业人员”、“自由职业者”、“其他”。但具体划分时, 必须进行分析, 尤其要结合所推销的商品进行分类和分析, 以做出切合实际的判断。

6) 以各类顾客的总和为 100%, 计算各类顾客的百分比。

7) 再以“一人来买”、“二人来买”、“三人来买”进行分类, 计算相应的百分率。

8) 在此基础上, 进一步按各类商品计算。

9) 进一步观察记录顾客的购买行为, 并与邻近的商店进行对比研究与分析, 确认同样的顾客在邻店与本店的购买行为有何不同。

10) 顺便记录顾客其他方面的情况。

(3) 关于商品调查表

在各种商品分类的有关栏目中, 填写商品的具体特征, 尤其是区别于同类商品的明显特征。

第二部分 调查用表的格式

调查用表主要包括顾客流量表、店铺布置调查表、顾客购买行为调查表、顾客类型调查表、顾客构成调查表、顾客购买动向调查表、顾客购买数量调查表、顾客购物行走调查表、畅销商品调查表、工作内容调查表、顾客咨询记录表等。各主要用表应采用如下格式制作:

顾客流量统计表

你目前正在统计的所在科(组), 什么时候顾客光顾的最多。							
时 间	商品分类 商品特征	商品 A	商品 B	商品 C	商品 D	商品 E	合计
何 月							(一年)
何 日							(一月)
周 几							(一周)
几点钟							(一天)

店铺布置调查表

1. 请用专用纸画出你现在所在科（组）柜台布置（商品陈列）状况。
- (1) 商品陈列格局以及占有面积比率。(M)
 - (2) 售货员的位置。
 - (3) 收款台（现金出纳机）位置。
 - (4) 陈列商品所占金额比率。(¥)
- (示例)

纯羊毛衬衫		化纤衬衫	
M10% ¥5%		M10% ¥20%	
M 纯			M 女用
20% 棉			10% 紧
¥ 睡			¥ 身
20% 衣			20% 内
M 化			M 裤
20% 纤			10% 衩
¥ 外			¥ 衩
20% 衣			5%
		纯羊毛外衣	
		20% ¥10%	

2. ××年二月以后，布置有无大的变动
- (1) ☐有☐没有
 - (2) 有变动的话，在什么时候。
□年□月□年□月□年□月□年□月
 - (3) 打算如何变动？

顾客购买行为调查表

在你所调查的科（组）中，□年□月，1. 购买者，2. 触摸且询问商品者，3. 没问，只是看看而已者，4. 看都没看，匆匆而过者，各占有多少比率。							
顾客分类	商品分类	商品 A	商品 B	商品 C	商品 D	商品 E	
	1. 购买者 (%)						
	2. 触摸而没买者 (%)						
	3. 看看而已者 (%)						
	4. 匆匆而过者 (%)						

顾客类型调查表

开门：时 分 闭门：时 分													年 月 日			
时 刻	主妇	上班族		男主人	儿童		其他		熟顾客	路过客人	计	上次调查合计	单独	母子	夫妇	朋友
		男	女		男	女	男	女								
上午 7 时																
上午 8 时																
上午 9 时																
上午 10 时																
下午 1 时																
下午 2 时																
下午 3 时																
下午 4 时																
下午 5 时																
下午 5 时																
下午 6 时																
下午 7 时																
下午 8 时																
下午 9 时																
下午 10 时																
与上次调查 合计的比较																
备注												填表人				

顾客构成调查表

项目			商品									
1	性别 (%)	男										
		女										
2	年龄 (%)	6岁以下										
		7~12岁										
		13~15岁										
		16~18岁										
		19~22岁										
		23~25岁										
		26~30岁										
		31~35岁										
		36~40岁										
		41~45岁										
		46~50岁										
		51~55岁										
		56~60岁										
		60岁以上										
3	学生 (%)	小学生										
		中学生										
		高中生										
		大学生										
	主妇 (%)	农家										
		普通家庭										
		知识分子家庭										
		个体户										
	职业 (%)	公务员家庭										
		白领										
		蓝领										
		教师										
		公务员家庭										
		个体户										
		艺术家										
		无业										
		其他										
4	购买时人数 (%)	一人	男									
		二人	男与女									
		三人	男与男									
		四人	女与女									

顾客购买动向调查报告表

商品 时 间											购买	不买	购买率	备注
	购买	不买	购买	不买	购买	不买	购买	不买	购买	不买				
上午 7 时														
上午 8 时														
上午 9 时														
上午 10 时														
上午 11 时														
上午 12 时														
下午 1 时														
下午 2 时														
下午 3 时														
下午 4 时														
下午 5 时														
下午 6 时														
下午 7 时														
下午 8 时														
下午 9 时														
下午 10 时														
合 计														
购买率														
记 事														
部门主管			单位主管				填表人							