

编著：张述

外企秘书

张述非



(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

外企秘书/张述编著. — 北京:中国统计出版社,1994.11

ISBN 7-5037-1741-6

I .外… .外… .

II .张…

III .外资公司—文书工作—概论

IV .C 931.46

中国统计出版社出版

(北京三里河月坛南街 38 号 100826)

新华书店经销

北京友谊印刷经营公司印刷

*

787×1092 毫米 32 开本 8.75 印张 18 万字

1995 年 2 月第 1 版 1995 年 2 月北京第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

*

ISBN 7-5037-1741-6/F·734

定价:6.50 元

作者简介

张述, 北京外国语学院英语基础专业毕业。1991 年, 进入雀巢公司北京办事处, 现任广告与市场推广主管。1993 年 10 月, 被公司派往菲律宾马尼拉参加雀巢公司亚太区域主管发展研讨会。谙熟外国企业办公室运作程序以及广告与市场营销技术和方法, 致力于探索消费品业在中国市场的发展。目前, 正在中国人民大学贸易经济系攻读硕士研究生。

前 言

在国际都市繁华的商业、金融中心,现代化的摩天大厦鳞次栉比,令人目不暇接。步入这些富丽堂皇的写字楼,通用、雀巢、柯达、奔驰……一个个在国际上享有崇高声誉和地位的跨国企业设立的办事处交相辉映。人们在惊叹这些著名国际公司所创造的经济奇迹的同时,无不羡慕为这些公司服务的外企雇员。因为这些公司的骄人成就和卓越业绩赢得了世人的尊敬,使身为雇员者也深感自豪。

现在,这些跨国企业来到了中国,使你成为外企雇员的愿望成为现实。随着中国改革开放进程的深入,外商在华投资日益增多,仅在北京就有三千多家外国公司(商社)设立了常驻代表机构,“三资”企业更多达六千家。这些外国企业对秘书的需求大量增加,其优厚的待遇,舒适的工作环境,极富挑战的职位,使外企秘书成为年轻人最向往的热门职业之一。

由于外国企业对秘书的资格要求极高,因此,系统地了解秘书学理论,熟悉外企秘书工作的运作程序就成为在外企工作的朋友们面临的一项重要课题。有关秘书学的论著,国内已经出版了一些,但国内作品多偏重于介绍政府机关事业单位办公室的文秘运作体系,其论述方向和职能与外企秘书的实际工作情形相去甚远;而机械的国外译本又未必完全符合国情。因此,作者参考国内外秘书学理论及管理学、心理学的研究成果,结合自己在外企工作的实际经验,编著了这本“外企秘书”。

本书就外企秘书的工作内容、程序、要领、职责、专业技能、个人修养、职位谋求及职业的发展作了详尽的论述,阐明

了外企秘书在工作中履行不同职责所应遵循的一般程序。

全书分为上、中、下三篇共十四章。上篇主要介绍了外企秘书的工作环境,使喜欢外企秘书工作的朋友了解外企秘书的职业及未来发展,并讲述了谋求外企秘书职位的应试技巧。中篇着重就外企秘书的管理职能作了具体说明。最后,在下篇介绍了外企秘书所必须具备的专业技能。衷心将本书奉献给您,希望能对您的求职和工作有所帮助,使您成为一位业务娴熟,极具魅力,赢得老板、同事喜爱的外企秘书。

本书早在1993年五月即已脱稿,其间因出国和读研使书稿的修改编辑基本处于停滞状态。直到今年5月才又重新拿起笔来。修订工作历经5个月之久且在凌晨进行,外企工作的压力与艰辛也可略见一斑。衷心感谢父母承担了一切家务,使作者得以在繁重的工作压力下挤出宝贵时间,确保了此书的完成。

在编著过程中,北京经济体制改革委员会的王京小姐为本书的校对和出版做了大量细致的工作,雀巢公司北京办事处的办公室助理于利先生帮助完成了全书的打字誉印,中国统计出版社的责任编辑申明九先生促成了本书如此快、如此漂亮的问世,谨在此一并致以诚挚地感谢。

鉴于本书系国内首部有关外企秘书的专著,因此,无论结构体系,还是遣辞用语,都尚显粗糙。作者恳请从事秘书学研究的理论界前辈,外企同仁及广大读者不吝赐教。

张述

1994年10月16日于北京

目 录

上篇:外企秘书的职业

第一章 外企秘书的工作环境	外企秘书的职业 (2)
	外企公司的组织结构 (4)
	外企秘书的人际关系 (9)
第二章 谋求外企秘书的职业	求职途径 (33)
	申请空缺 (36)
	外企报名指南 (57)
第三章 外企秘书的晋阶	工作表现评估 (62)
	晋阶的准备 (63)
	秘书的晋阶 (64)
	职业的发展 (68)

中篇:外企秘书工作计划的制订与管理

第四章 秘书工作的计划与组织	工作与时间管理 (70)
	有效的工作习惯 (85)
第五章 商业旅行安排	旅行计划制定程序 (96)
	秘书的职责 (106)
第六章 会议安排	会议安排程序 (111)
	会议秘书工作 (120)

第七章 约见与接待安排	约见安排 (130)
	接待访客 (137)
第八章 档案编制与管理	档案管理系统的组织 (150)
	档案立卷与检索 (152)
	存档用具 (162)
	档案保管与清销 (163)

下篇:外企秘书的商业技能

第九章 办公自动化	微型电子计算机 (169)
	计算机对秘书角色的影响 (170)
	打字誉印 (173)
	打印的优先次序 (176)
	静电复印 (177)
	誉印件的保密 (178)
第十章 函件的处理	函件的收取 (180)
	函件的寄发 (194)
第十一章 商业电话的应对	电话号码簿的使用 (200)
	打出电话 (200)
	接听电话 (201)
	国内长途电话 (208)
	国际长途电话 (210)
	世界时区 (210)

	接听长途电话	(213)
第十二章 外企秘书的沟通与联络	信息沟通过程	(215)
	沟通方式	(217)
	秘书的沟通技巧	(218)
	信息的失真	(230)
第十三章 英文商业函电	商业书信的格式	(232)
	商业书信写作	(236)
	商业报告写作	(246)
	商业函电写作	(253)
第十四章 外企秘书的财务知识	开立银行帐户	(257)
	结算种类	(258)
	银行对帐单	(261)
	现金管理	(263)
	其它	(265)

上篇：

外企秘书的职业

第一章 外企秘书的工作环境

- 外企秘书的职业
- 外企公司的组织结构
- 外企秘书的人际关系

外企秘书的职业

现代外企办公室充满了生机,办公自动化革命的影响迅速地扩散到办公室的各个领域,秘书的作用已经从传统意义上转变。现代技术开创了信息时代,为管理层决策提供了大量、快捷的信息。随着电子计算机、传真机、复印机的广泛应用,诸如日常誉写等相当一部分繁琐的工作已从办公室的日常事务中消失,已往从事简单的重复性工作的办公室蓝领阶层已被自动化的机器取代。尽管你会说这原本并非是高级秘书的工作职责。但勿庸置疑,先进的微机信息技术对秘书的作用产生了巨大深远的影响。

所有的外国企业都聘雇秘书来协助各级管理层履行他们的职责,完成口头与书面的信息交换,处理源源不断的信息

流。秘书作为上司的助手,充分了解上司的活动和工作范围,能够发挥其主观能动性,具有不在上司的直接监督下承担任务的才干;运用判断力在其职权范围内对公司工作作出决定,协调办公室的各种活动,分担上司的许多工作。充当着这个组织内外人与人及人与机(器)之间的中间角色。

自动化办公室与传统办公室有着相同的信息交换功能,但交换的准备工作与传导方法却不尽相同。从结果来看,信息流程更快,效率更高,秘书的工作更具效力。因此,秘书现在不会,将来也不会被取而代之。恰恰相反,由于他们充当了商界迅速不断的信息流程中的人的因素,同时这种信息流随着公司的发展正在日益增多,各个公司对秘书的需求也日趋增大。

根据美国“职称辞典”的解释,“秘书”一词是指工作水平高超,能够贯彻执行以下活动的人员:

1、全面处理公司行政工作,以减轻公司管理人员较次要的行政事务及办公室工作。

2、可以使用速记记录口述。

3、可以使用翻译机将口述或复制的记录信息译成文字。

4、安排上司的约会并对其约会作出提醒。

5、接待办公室的来访客人。

6、接听和打出电话。

7、处理上司私人的重要邮件,主动撰写日常信函。

8、对办公室其他工作人员进行工作监督。

9、整理公司人事档案。

就第7、8二条的工作内容而言,作者认为,一般外企秘书所从事的仅为处理公司的日常信函及协调办公室其他人员的

工作。除此以外,秘书还应负责公司的财务工作。

外企秘书的工作范围,大体分为三个部分:(1)指派性工作,主要包括记录口述、书信誉写、翻译打印、草拟函电、存取款项、准备资料、安排会议等上司指定的工作;(2)日常工作,指秘书在没指示或监督下完成的职责。如收发邮件、接听电话、接见访客、领买办公用品、文件归档立卷等;(3)独创性工作,指秘书运用创造性的工作方法来帮助上司,全面减轻上司的行政业务和私人事务。

外企秘书所需具备的素质分为个人素质和商业素质。个人素质包括仪表、人品、个性、气质、性格等几个方面;商业素质则含以下几方面的内容:秘书商业技巧、组织才能(工作效率、主动性、可靠性、预见性、责任心、圆滑的交际手段)、商业信誉(准时守信、忠诚负责)。本书将分为上、中、下篇就上述两个方面的内容作出详细的论述和分析。

外企公司的组织结构

任何一家外企公司都建有一整套责权分配的正规结构。工作分工的机制为了执行和协调主要活动以实现公司的目标。外企秘书必须了解其为之工作的企业的组织结构,以便能熟悉不同层次的经理部门及其所辖部门的职能和相互之间的关系。

组织结构是组织内各个部分间关系的一种模式,绝大部分公司均采用多层次的多级管理来完善组织的指挥系统,确保管理层的命令得以自上而下彻底贯彻执行。传统的公司结构着眼于人际关系,而现代管理观念则集中于信息流和决策

所需要的联络方面。作为秘书,必须要明确其中的权力等级和职责。要了解每个公司的命令链条,就需要了解权力是如何确定的和上司拥有的权力特性。

(一)直线制组织结构

这是最早出现的一种企业管理机构的组织形式,它以直线权力为基础,整个组织结构自上而下实行垂直领导,指挥与管理职能基本上由上司本人执行,不设职能机构,只设职能人员协助主管人员工作。这种权力由最高层授予中级管理层,中级负责处理具体事务,并由他们委派主管,负责管理雇员,以执行其运作职责。

直线制授权的过程是从总裁到主管的直线过程。如果公司规模很大,则有可能确定多于一层的中级管理层。例如,授权是通过总裁下到若干副总裁,到若干部门经理,再到达主管层。

直线制组织结构机构简单,责权明确,命令链易于确定。它将权力和责任按等级从高到低以明确而连续的层次排列,每位下级只向一位上级负责,并接受他的指令。因此,这种组织结构多适用于规模小的组织。

(二)直线职能制组织结构

这种组织机构在直线制基础上,按专业化设置职能机构及职能经理。由于职能经理是其领域内的专家,因而可以有效地支持公司的直线经理。

职能经理在决策过程中有其影响力,他们能够给予直线经理以建议,但没有决策权,不能直接指挥或命令下级机构,而只能起建议指导作用。职能经理在其负责的领域范围内对其下属具有直线经理的权力。

直线职能制是外国企业常驻代表机构中最常见的组织形式。

(三)事业部制组织结构：

这是一种分权的企业组织结构形式，一般按照企业所经营的产品或产品系列来划分事业部，总公司主要负责研究和制定各种政策，使整个企业的经营有一个统一规划，成为强有力的决策机构。各个事业部经理在公司政策控制下，在产品的制造、销售、服务等方面拥有广泛的权力，并对公司的利润目标负责。

事业部制组织结构有利于专项资本的使用，便于解决复杂问题和进行协调，在某些领域中，个人的技能和专业知识，可得到最大限度的发挥，为全面管理人员提供了广阔的培训场所。利润责任可以具体落实到每个事业部，并且可巧妙地评价每个产品线对总利润贡献的大小。按事业部划分组织结构的缺点在于公司必须有大量全面管理才能的人员配备在产品线，各事业部部分职能和人员活动的重复，会造成增加成本的危险。

此外，国外有些公司采用矩阵结构等组织形式，有兴趣的读者可以查看有关资料，因外企常驻机构较少采用，故不再赘述。

公司的组织结构通常被绘制成图表。这项工作多由秘书来完成。首先，要查阅载有说明公司结构及职位设置情况的公司手册。其次，要观察权力层次，上司们对他们在公司中所处的位置非常敏感。然后，准备提纲，画出草图，简要列出同级单位及其下属部门的工作职能。图中的职务既可是表示功能的，也可是表示职位的，但要注意前后一致。横向表示同级

的职能部门,纵向的直线权力用实线表示,虚线代表职能权力。打印前将草图交由主管上司审阅,这一点非常重要,因为在某些行使职能的人来看,公司存在的组织关系并非是像人们想象的那样。

秘书了解所在公司的组织结构,清楚自己上司的权限范围,有助于你处理与公司所有上级的关系。不过,做到这一点并非易事,除了研究公司结构图外,还要认真观察,留意各位上司在哪些方面可以作出决策,哪些方面只能作出建议而没有最终决定权。

(四)非正式组织

非正式组织是以个人性格爱好、兴趣、好感为基础,以相互情感为纽带自发形成的群体。其成员的地位和角色,权利和义务并不确定,也无固定编制,但却存在于任何相互联系的个体间的一切环境之中。

美国著名管理学家亚利桑那州立大学的基思-戴维斯把非正式组织描述为“并不是由正式组织建立或需要的,但由于人们互相联系而自发形成的个人和社会关系的网络”。管理学名著“经理的职能”的作者切斯特-巴纳德甚至认为,任何没有自觉的共同目的的共同个人活动,即使是有助于共同的结果,也是非正式组织。显然,它可能是秘书俱乐部,保龄球友,读书会,影迷会等。因此,在公司结构的组织图上,是找不到非正式组织的。

非正式组织的出现,是由于它能满足人们某种需要。现实生活中,人的需求是多层次的,而这些需求不可能在正式组织中完全得到满足。例如,当对话的需求不能通过正式渠道满足时,非正式组织因此成为一种通讯渠道,使“小道消息”得

以广泛流传。因此,正式组织中存在着非正式组织是一个不容忽视的客观事实,分析非正式组织可以使秘书更好地协助上司协调非正式组织与正式组织的活动,加强与非正式组织的沟通。

非正式组织有自己的组织目标。当公司管理层在非正式组织成员中丧失了威信时,非正式组织就会对公司的目标产生影响,因此,秘书必须支持、配合上司促使非正式组织目标向有利于公司目标发展所做的努力。

非正式组织中通常有一个非正式的领导。领导的地位不是通过任命方式,而是该组织需要的自然产物。组织成员依赖领导保持组织团结,缓解内部紧张状态,领导组织行动,向公司提出组织要求。秘书的职责是帮助上司发现非正式组织结构的管理人员,以正确理解和估计雇员的行为。

非正式组织有其行为规范。它由该组织所确定并由全体成员所遵守。这些规范有些是正式的,但大部分是非正式的,是在组织内部成员彼此接触,互相作用下,相互模仿取向而形成的一个趋同过程。尽管这一标准或许与公司守则不尽相同,但组织成员往往依然以此作为其行为标准。因此,从个体改变个体行为的方法,很可能使个人处于被原组织多数成员排斥的难堪的境地,而不愿与公司合作。因此,改变个体行为的最好办法应从引导非正式组织的行为规范入手。

公司管理层必须要意识到非正式组织的作用,争取非正式组织的支持,利用它作为完成公司目标的辅助手段,避免与之发生对立。公司的管理者可以改变公司自身,却无法改变非正式组织或使之消失。明智的老板将意识到自然的个体群体对每个个体的影响及对公司目标的实现具有促进的或阻碍

的作用。聪明的秘书也要意识到其工作领域内非正式组织的存在,并认识到自己及自己上司的工作有赖非正式组织的支持。

外企秘书的人际关系

心理学家舒兹认为,每个人都需要别人,因此都有人际关系的需求。外企秘书的人际关系是她在为公司服务的过程中形成的她对其他人吸引或排斥的心理倾向以及所产生的相应的行为。注重研究人际关系,建立良好的人际关系,可以提高秘书的工作绩效。

我们可以把外企公司内的人际关系按范围的大小进行分类:

1. 个人之间的关系,秘书与上司的关系,秘书与同事的关系,上司与上司间的关系。
2. 个人和公司的关系,如秘书与职能部门,上司与公司等。
3. 职能部门间的关系,如行政部与财务部,市场部与销售部等。

也可以按人际关系的性质简单地分为好坏两大类。人际关系好还可进一步细分为协调、友好、亲密等几个等级;人际关系坏也可按其程度分为疏远、紧张、敌对等不同等级。

外企秘书在工作交往中,都会逐渐形成对人际关系的基本倾向,即人际反应特性。了解人际反应特性,可以预测人际交往中可能出现的反应,提高社交质量。一般说来,人际关系需求类型分为三类: