

最新

企业诊断与 弊病防范手册

主编 / 甘生 康希燕

● 国际文化出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

最新企业诊断与弊病防范手册/甘生, 康希英主编. - 北京: 国际文化出版公司, 1996.2
ISBN 7-80105-399-0

I. 最… II. ①甘…②康… III. ①企业诊断-手册②企业管理-手册 IV. F270-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 04546 号

最新企业诊断与弊病防范手册

甘 生 康希英 主编

*

国际文化出版公司出版发行

北京安定门内大街 40 号

邮政编码: 100009

发行部电话: 4010840

新华书店经销

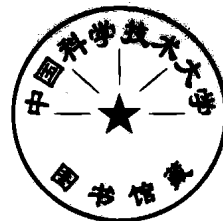
北京通县利民印刷厂

787×1092 毫米 16 开本 120 印张 4180 千字

1996 年 2 月第 1 版 1996 年 2 月第 1 次印刷

印数: 1~3000 册

ISBN 7-80105-399-0/F·36 定价: 298 元



《最新企业诊断与弊病防范手册》

编 委 会

顾 问：银重华（中国企业管理协会副会长）
（中国女企业家协会理事长）

主 编：	甘 生	康希英		
副主编：	陈秀琪	郭冬青	台文阁	杨纪东
	洪永生	赵小卫	许 云	杨光宇
编 委：	彭志远	庄 建	盛恩泽	洪润泽
	鞠 琳	薛 黎	宿春礼	杨红宇
	王冬琪	王 青	成益文	胡延平
	徐永新	徐 成	何秀纯	张国华
编 撰：	解 锋	李啸尘	张 旋	张士军
	胡芳日	麻众志	刘顺玉	蒋建刚
	张春生	李云杰	陈大航	史慧利
	史慧萍	麻慧如	李 忠	谭 勇
	梁羽龙	王玉冰	高秦伟	宋飞越
	张世军	丁清芬	高峰	康 娜
	程仁鹏	康 凯	苏海燕	崔 丹
	李婉丽	李妙娜	石金惠	索振芳
	张云霞	张桂荣	隋立会	王冬珂
监 制：	闻 升	王 昊	玉 清	

前言

商战之惨烈胜于兵战。

在眼下日趋激烈的商战中，我们所面临的最大敌手是谁呢？

日本的经营之神松下幸之助曾说过：企业所面临的头号敌人决不是那些看似不可一世的强大对手，而是潜伏于我们经营管理中的各种一时难以发现的弊病。而今，在浪涛汹涌的改革大潮中，我国各类企业，劈波斩浪，一路领先，为中国经济的振兴，立下了汗马功劳。然而，无论组合多么合理的企业都可能在高速发展的同时，于不知不觉中产生和潜伏某种生产、经营上的弊端，从而影响企业的进一步发展。为了帮助那些正在商战中奋勇前冲的中国市场经济的先行者们在搏杀中，适时地注意企业自身可能存在的种种经营管理上的弊端和漏洞，并及时予以根除，进而作有力的防范，使企业永远在商战中立于不败之地，我们特邀请了一大批长期从事企业诊断与弊病防范研究的专家学者，并会同众多长期搏击于商海之中的经营高手，历时二年半时间，汇集了本世纪二十年代企业诊断学兴起以来，美、日、台、港等国家和地区积累起来的理论和实践的精华，搜集了近年来国内外本领域中最新研究成果，融合了编委会同仁们的多年心血，终于如愿以偿地推出了这本四百多万字的企业诊断手册。但愿我们的辛劳和汗水能最终化作商战骄子们的成功与喜悦。

我们的指导思想是：顺应改革大潮，感知市场脉搏；体现时代精神，展示精英风采。为把我国的企业管理水平推向一个更高的层次，而作出我们力所能及的努力。

本书最大的特点是采用了大量的国内外最新资料，图表丰富，内容齐全，材料新颖，析理透彻。

本书主要内容如下：

主管人员是企业的灵魂之所在，但他们却极容易在无意之中陷入几大严重的经营误区。这里，我们不但详细地给您指出了这些误区，还给出了相应的防范对策；企业组织是整个企业的骨架，没有一个健全的组织机构，企业将无法于激烈的商战中求得生存与发展。那么现在，就让我们来告诉您企业在组织方面的弊病常易发生在什么地方，各种弊病的主要症状是什么，以及如何进行预防和诊治；产品质量是企业得以生存和发展的基石，阅罢此书，或许您将会吃惊地发现原来您的企业中早已产生了某种致命的质量隐患。同时，您更会为我们给您带来了有效的七大产品质量管理手法和十三个具体的产品质量管理步骤而兴奋不已。当然，我们亦会为能对您有所帮助而倍感欣慰；财务这一领域是企业弊病极易产生的地方。书中，我们将为您对种种会计作弊绝秘技巧进行彻底大曝光，并给出同样高明的防范对策；眼下，呆帐一直是令企业主管们头痛的老大难问题，那么现在，彻底改变这一局面的时刻到了！请看这里由行家里手们总结出的一整根除企业呆帐的技巧和方法。读罢，相信您将会大有茅塞顿开、峰回路转之感；金融投资业务的巨大风险向来令各位商家为之心惊胆颤。那么，有没有什么方法使我们既能从这一投资中赚得大钱，又能大幅度减小风险呢？答案是肯定的！风险永远只属于那些被表面现象牵着鼻子走，而没真正掌握金融投资要领的人。现在，我们将为您提供和分析大量的金融投资案例，并总结出一套屡屡行之有效的金融投资业务的一般操作方法和程序，从中您将发现，金融投资这一众多商家投资的红灯区原本并不可怕；纳税是企业应承担的义务，我们反对非法的逃税和漏税，但合法的避税是无可非议的。为此，我们详述了企业避税的一般原理和常用方法，以及相应的反避税措施；签订合

同是企业经常发生的业务，签订合同不当，容易给企业造成不应有的巨大经济损失。对此，我们将向您介绍不法之徒在签订合同时经常设置的一些陷阱和圈套及其规避方法，我们也给出了大量不同业务合同的规范式样，以便各位熟悉和直接采用。

以上只列举了本书的一部分内容，其它如贪污的常见手法及对策，发票管理的漏洞与堵塞等等，这里就不再一一赘述。详细内容见书。

对这本书的学习方法和态度，我们的观点是：希望大家不要把活生生的知识当成一种教条来看待。我们希望诸位通过对别人经验与理论的学习、借鉴，逐渐形成自己的经营风格，我们亦欢迎各位以参与者的姿态加入进来，和我们一道为我国的企业诊断与弊病防范的进一步研究作出一份贡献。

这本书是商海中先行者们的经验和一大批专家学者最新研究成果的综合产物。我们希望她的出现能为加速更新我国企业管理人员的观念和知识，大大提高经营者在商战中的竞争能力作出贡献；也希望她能促使一大批企业管理人员更快、更好地成长起来，进一步提高我国企业管理人员的素质。本书不但适合于商战中的各级企业管理人员。同时，对那些有志投身于经济大潮中的弄潮儿，我们亦能给其以适当的帮助。在此，我们为您指出了商战中形形色色的险滩和暗礁，只有在熟知这些潜伏的危机之后，您才能较容易地在商海血战中劈开一条通往成功的生命航线。

我们的理论与方法难免有不足之处。因此敬请各界朋友多提宝贵意见，从而使这本书更臻完善。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”，我们衷心地祝愿中国的改革开放大业永远一帆风顺！祝愿中国市场经济的先行者们在云飞浪急的商海搏击中成为永远的强者！

本书编委会

1996年1月

第一章 企业诊断概述

第一节 企业诊断的含义及目的

企业诊断的含义	(1)
企业诊断的首要内容	(1)
企业诊断的目的	(1)
诊断和指导的区别	(2)
企业诊断的态度	(2)

第二节 企业诊断的种类和方法

企业诊断的种类	(3)
综合诊断	(4)
基本诊断	(5)
经营者诊断	(6)
策略诊断	(7)
组织诊断	(8)
价格诊断	(9)
经营均衡诊断	(10)
计划诊断	(11)
环境诊断	(13)
活动诊断	(14)
生产活动诊断	(14)
销售活动诊断	(16)
采购活动诊断	(17)
一般活动诊断	(18)
从诊断的职能和方法看诊断的实施程序	(19)
预备诊断的实施要领	(21)

正式诊断的实施要领	(21)
诊断时的注意事项	(23)
调查分析方法的体系	(24)
资料调查	(25)
征询调查	(25)
实态调查	(26)
接触调查	(27)
从经营状态看企业的性格	(27)
由经营者和经营方针所决定的企业性格	(30)
企业健康十大状态指标的计算与应用	(67)

第三节 中小企业的自行诊断

中小企业自行诊断的意义	(68)
中小企业自行诊断的种类	(68)
中小企业自行诊断步骤	(68)
中小企业自行诊断准则	(69)
中小企业整体诊断的实施要领	(80)
企业的全面性自我诊断表	(103)
定期自我诊断	(109)
自我诊断的五个原则	(109)

第四节 国外企业诊断现况与发展

美国企业诊断演进	(109)
日本企业诊断演进	(110)
日本企业诊断团体	(110)

第二章 企业弊病概述

第一节 会招致经营失败的经营者 无能症：企业的脑病

公司之脑——经营者	(112)
无法拟定适当的方针或战略者称为拟似经营者	(112)
过去的企业经营有“订货型”与“预估型”两种	(113)
经营环境发生变化的一刹那立即露出马脚的“经营能力不足症”	(114)
糟蹋了“人”力的“经营方针缺陷症”	(114)
经营者常患的“独裁专制症”	(115)
独裁与亲族蛮横结合的“同族经营异常症候群”	(115)

第二节 和企业的混乱脱不了关系的 管理制度失调症：企业的神经疾病

企业的神经系统是联结着中枢与末梢神经的管理制度	(115)
最高经营者的经营方针无法下达的“经营方针传达障碍症”	(116)
无法应付紧急状况的“报告传阅症”	(117)
制度流于形式的制度形式化症	(117)

第三节 直接影响企业存亡的资金脉搏 不规则症：企业的心脏病

资金是企业的心脏	(118)
----------------	-------

轻视客户所出的征兆会罹患“货款呆帐症”	成长	(119)	(124)
忽略状况会导致“资金周转失灵症”	收益外流的“吸收资源排出症”	(120)	(125)
像恶性胆固醇似的“不良资产肥大症”	不把钱花在刀口上的“资源运用闭塞症”	(120)	(126)
第四节 会妨碍自由活动的慢性组织 胶着病：企业的骨骼病	未确实掌握问题重点的“问题解决不当症”		(126)
企业的骨骼就是组织，必须时刻考虑效率	第七节 “新陈代谢”不良的高级干部会议 和机能慢性麻痹症：企业的肾脏病	(121)	
忽略了组织编制是一种手段的“组织偏执症”与 “组织改革中毒症”	排出企业的代谢废物以谋求正常经营乃是高级干部 的任务	(121)	(127)
情势一理发生异常就会混乱的“应用动作不适应 症”	妨碍新经营者运作的“元老干部障碍症”	(122)	(128)
第五节 经营效率不佳所产生的 收益机能低落症：企业的肠胃病	无法适应时代潮流的“赤字中毒症”		(128)
企业的胃肠具有吸收金钱的收益机能	第八节 士气低落的企业肺病 ——业务改善窒碍症	(122)	
人、物、财运用不当的“经营资源消化不良症”	企业内部的换气机能由“人”所担任	(123)	(129)
虽然消化了却无法吸收的“收益吸收不良症”	企业内人为活动窒碍难行的原因	(123)	(130)
第六节 导致企业日益衰弱的 收益结构脆弱病：企业的肝病	公司衰退时实力变为负数的乘法		(131)
企业的收益结构不良便无法顺利积蓄、分红、帮助	症状和肺癌相似的“顽固不化症”		(132)

第三章 大企业病的诊断及防治

第一节 可怕的大企业病症状	第二节 大企业病的特点
官职增多与官僚主义横行	在不知不觉中患病
妨碍联系的本位主义	中小企业也可能出现与大企业病相同的症状
企业家精神泯灭	预防比治疗更关键
部门之间责任的推诿	要治愈慢性病是困难的
腰腿软的企业	不是单发症而是并发症
顺应变化的能力下降	出现自我感觉症状已为时过晚
职工过分自信	唯一的办法是定期进行健康诊断
“名门意识”使人丧失危机感	第三节 早期发现的检查要点
“风化”了创业时的优良传统	机构是否庞大
走过场的会议多	部门之间的横向联系是否薄弱
重用唯唯诺诺的人	能否不畏失败向风险挑战
忘记进攻的“防守式经营”	责任和权限是否明确
TQC 活动平庸化	专业职务制度是否稳固下来
大企业病的前兆表现在销售利润率方面	公司领导人所绘制的蓝图是否渗透到全体公司职员

当中	(146)	排除部门界限	(153)
市场占有率是否下降	(146)	活跃企业内冒险精神	(153)
创出畅销商品的频率如何	(147)	推进多层次经营	(154)
收益能力是否受到影响	(147)	扩大生产第一线的权限	(154)
是否贯彻了加分制和能力主义	(147)	不要责备职工的过失	(154)
安于现状的情绪是否在蔓延	(148)	强化销售能力	(155)
把握时代变化的机能如何	(148)	注意收益减少	(155)
决策时间是否过长	(148)	要创建“赶在变化之前采取措施”的体制	(156)
信息流向是否正常	(149)	力求迅速拿出决策	(156)
是否经常有人提出不同意见	(149)	防止信息堵塞	(156)
权限是否下放到工作现场	(149)	要让职工有更大的憧憬和理想	(157)
职员心目中是否有一个大目标	(149)	培养勤快的作风	(157)
人均生产率是否下降	(149)	顺利时宣传危机感	(157)
是否把握住本公司的长处和弱点	(150)	始终贯彻“顾客第一”的思想	(158)
劳资双方能否同舟共济	(150)	推进体制的完善	(158)
是否贯彻实行了进攻型经营	(150)	全体职工致力于刷新公司风格	(158)
机动性是否衰弱	(151)	积极开展 CI (Corporate Identity 社团认同) 战略	(159)
是否经常从顾客方面着想	(151)	建立企业的进攻型体制	(159)
独特的公司风气是否开始淡薄	(151)	对开发要精益求精	(159)
企业的形象是否令人瞩目	(152)		
是否保持着朝气和活力	(152)		
三种开发能力是否受到影响	(152)		
第四节 防止大企业病必须遵守的原则			
重点放在精简机构	(153)		

第四章 厂长经理常见失误与防范

第一节 厂长经理常见失误

第一个致命错误：不承认责任就在自己身上	(161)
第二个致命错误：不提高部下解决问题的能力	(162)
第三个致命错误：不启迪部下的思维	(163)
第四个致命错误：不因人制宜地对待部下	(166)
第五个致命错误：不同部下保持最好的工作关系	(167)
第六个致命错误：不严格培训新雇员	(169)
第七个致命错误：不及时纠正雇员的越轨行为	(170)
第八个致命错误：不表扬中等水平的雇员	(171)
经理应知晓公司的病症	(173)

第二节 企业领导常见失误的防范

企业领导的望、闻、问、切艺术	(173)
经理应抛弃优越感	(175)
经理人员的庸妒症	(176)
需要心胸宽的领导	(177)
企业领导干部的性格缺陷及其自我矫治	(177)
可返决策与不可返决策	(180)
必须坚持编制报表者加上文句说明	(180)
学习去适应易受伤害性	(180)
切勿提出单向量策略的计划	(181)
企业领导偏执性格的表现及矫治	(181)
企业领导癯病性格的表现及矫治	(182)
企业领导怯懦性格的表现及矫治	(182)
企业领导火爆型性格的表现及矫治	(182)
经理人员自我发展方案	(183)
企业领导思维方式的流弊剖析	(188)
企业领导者的不良心境及调适	(190)

企业领导挑剔心理的成因及矫正	(191)	临场讲话语塞现象的预防	(196)
企业领导第一把手离任前心理行为失常现象透视	(192)	企业领导如何从应酬圈中解脱出来	(197)
企业领导要警惕身边的包围圈	(193)	企业领导处理与下级关系的误区及其超越	(197)
企业家入仕为官弊多利少	(194)	谗言的危害及对策	(199)
企业领导讲话稿的通病及其矫正	(195)	领导班子板结化的形成原因及对策	(201)

第五章 经营组织诊断

第一节 概述

经营组织诊断的含义	(208)
经营组织诊断前的准备	(208)
经营组织诊断的活动体系	(210)
组织诊断分析的内容	(213)

第二节 企业经营组织的常见病

病态经营组织的三大种类	(214)
“沉症”——机构生育迟缓	(215)
“浮症”——机构生育超前	(215)
“数症”——机构变动频繁	(215)
“虚症”——机构功能低下	(216)
阿 Q 定律一：吹毛求疵定律	(224)
阿 Q 定律二：议而不决定律	(228)
阿 Q 定律三：鸡毛蒜皮定律	(229)
阿 Q 定律四：冗员不灭定律	(231)
管理腹泻症	(233)
同级综合症	(244)
企业管理的技术被反效率措施所滥用	(245)

第三节 企业组织的弊病的治疗

骨骼病要以朝气蓬勃的组织来复原	(246)
企业成长力衰退症的诊断与治疗	(250)
无痛之疾最可怕	(255)

第四节 企业组织设计：以预防为主

从郎中制到医院制现代组织的形式	(256)
组织管理之细胞	(257)
管理控制之于组织如同维生素之于人体必须天天补充	(258)
公司内部意见沟通的阻滞因素含量与其组织层次的数目成正比	(259)
管理层次的设计方法	(259)
高层结构与扁平结构	(260)
高层结构的优缺点	(261)
扁平结构的优缺点	(261)

高层结构和扁平结构的选用	(261)
集权的职能制结构亦存在明显的缺点	(262)
集权职能制的适用范围	(262)
分权的事业部制结构	(263)
事业部制的主要特点	(264)
事业部制的优缺点分析	(264)
事业部制的适用范围及必要条件	(265)
模拟分权制结构	(265)
矩阵结构	(267)
双道命令系统：短阵式组织的缺点与防患	(268)
横向联系设计的基本方式	(272)
横向联系设计的主要要求	(272)
横向协调的各种方式及选择	(274)
部门间冲突产生的原因	(279)
部门间冲突的特征	(279)
调解部门间冲突的要领	(279)
如何预防部门间的摩擦	(280)
个人间摩擦的特征	(280)
调解个人纠纷的秘诀	(281)
如何预防个人间的摩擦	(281)
成功的组织与不成功的组织	(282)
头重脚轻的组织	(282)
组织的反过时政策	(285)
组织结构改善变革的方针	(287)
实行有计划的组织结构变革方式	(289)
组织变革改善阻力的诊断与处理	(290)
企业体质	(290)
以检查行动、控制为企业体检	(292)
企业的减肥与消肿	(292)
组织边际人	(294)
创造忠于企业的组织人	(295)
重视与消解不公平感的累加效应	(296)
请示制度与请示规程	(297)
请示规程制定要点	(298)
请示规程管理	(299)

第六章 产品质量瑕疵的消除

第一节 加强产品质量管理

产品质量认识谬误一：出什么价，有什么样的产品质量	(320)
产品质量认识谬误二：产品管理无标准，只是空洞理想	(320)
产品质量认识谬误三：孰能无过，产品管理也不例外	(320)
产品质量认识谬误四：对产品管理的钱花得愈多，产品质量就愈高	(321)
产品质量认识谬误五：大部分问题错在第一线人员	(321)
企业质量管理存在缺陷的表现	(321)
我国企业质量管理常见病多发病的预防与治疗	(323)

第二节 治理假冒伪劣产品

消费需求的扭曲表现与伪劣产品及其市场的形成	(326)
假冒伪劣产品的成因	(327)
如何治理假冒伪劣产品	(330)

第三节 主要的产品管理手法

产品管理手法一：层别法	(339)
产品管理手法二：柏拉图	(339)
产品管理手法三：特性要因图	(340)

产品管理手法四：查核表	(342)
产品管理手法五：直方图	(344)
产品管理手法六：散布图	(345)
产品管理手法七：管制图	(346)
产品管理图	(349)
与 TQA 的关系	(349)

第四节 推动产品管理圈的十三个步骤

步骤 1：组成产品管理圈	(350)
步骤 2：产品管理圈的命名	(350)
步骤 3：工作岗位的问题点	(350)
步骤 4：主题的决定	(351)
步骤 5：设定目标	(351)
步骤 6：设定活动计划	(352)
步骤 7：现状的调查	(352)
步骤 8：追究原因	(352)
步骤 9：研拟对策	(352)
步骤 10：确认效果	(352)
步骤 11：维持成果，将作业标准化	(353)
步骤 12：反省着手下一个主题	(353)
步骤 13：归结与发表	(353)

第五节 无缺点计划的运用

不允许错误发生的无缺点计划	(353)
错误发生的原因及对策	(355)

第七章 企业行销弊病诊断与防范

第一节 行销理念的陷阱

赶搭流行列车	(357)
多数的谬误	(357)
业务熟悉度左右行销能力	(358)
行销企划只是传令兵	(359)
行销 = 广告 + 促销	(360)
业务挂帅、一切向钱看	(360)
行销功力无异论	(361)
行销的归行销	(362)
行销部门重于一切	(363)
买卖成，仁义不再	(364)
购买者才是真正的顾客	(365)
顾客抱怨不需太在意	(365)

定位决定于厂商之手	(366)
开发新顾客才是英雄所当为	(367)
顾客最好大小通吃	(368)
消费者是全神贯注的	(369)
行销重视单兵作战	(369)
价格没什么把戏可玩	(370)
品牌一般化陷阱	(371)
更好的捕鼠器谬误	(372)
通路决胜负	(373)
促销赠品是“白吃的午餐”	(374)
广告具有催眠作用	(374)
赞助活动必须立竿见影	(375)

第二节 行销策略弊病诊断

企业常见的行销谬论	(376)
市场调查误区	(377)
市场调查工作人员容易发生的错误	(378)
企业新产品开发存在的问题	(380)
定位失败的原因与对策	(382)
善找缺点能生财	(386)
正当与不正当传销的识辨	(386)
企业假冒伪劣商品的促销手段重视	(391)
广告误区的种类	(393)
企业公关应走出误区	(394)
中国现阶段广告运作的误区	(394)
广告成语新编实属满纸荒唐言	(396)
名人广告令人困惑现象剖析	(397)
导入 CI 的误区	(397)
错误的印象战略	(398)
购买心理就是设计	(399)
为滞销的滑雪服装诊断印象歧异理论	(399)
印象心电图的诊断	(401)
营销能力的概念	(406)
销售力的诊断	(407)

第三节 推销员常见错误诊断

推销员常犯的错误	(418)
“缺陷推销员”的通病	(425)
推销访问恐惧症的克服	(427)
对推销心态的诊断矫正工具：推销方格	(428)
推销人员作弊的花样	(431)
推销员时间管理中常见的缺陷与矫正	(434)
探求推销失败的原因	(437)
推托是推销的死角	(442)
拖延是推销的结石	(443)

第四节 零售店弊病诊断

退货产生的原因、预防对策与处理手续	(444)
零售店应该防范商品损失的发生	(445)
商品损失的处理方法	(447)
超级市场设计布置常见弊病的防治	(448)
超级市场商品构成与管理常见弊病的防范	(450)
自我诊断法	(451)

第五节 推销正确规范

医生诊断式推销法	(455)
预防客户拒绝的推销术	(455)

不落入欢迎的陷阱	(456)
发掘潜在顾客	(456)
推销员应该经常重整惰性自我突破	(459)
重整作战的起点	(459)
重整作点的具体方针	(460)
重整惰性自我突破的措施	(461)
推销员打破惯性 (mannerism) 僵局的模式	(463)
拜访是个概括性的词语	(464)
拜访计划的设计	(466)
最有效的拜访路线	(466)
拜访时机的决定	(467)
谈判中愚笨的错误	(470)
宴无好宴	(472)
谈判能力的测验	(472)
CMS (Creat Major Sales 创造大客户销售法的) 10 大步骤	(476)
选择 CMS 的推销对象	(478)
CMS 推销对象选择表	(479)
客户资料	(479)
充分利用年度报告书	(482)
CMS 年度报告表	(483)
推销战略方格表	(484)
信函计划书	(486)

第六节 零售店防止错弊的办法

商业圈分析	(489)
预先测定零售店营业额是避免开店失败的保证	(491)
零售店知己知彼才能百战不殆	(491)
橱窗的种类	(492)
店内设计	(494)
自选市场设计	(496)
连锁店概述	(498)
连锁商店的策划程序	(499)
观察顾客店内移动路线是避免商品陈列失误的基础	(502)
POP 广告之任务	(513)
POP 广告的种类	(514)
POP 广告的制作方法	(514)
零售店销售人员的待机	(516)
价格标签制作范围	(516)
待机的七个原则	(516)
零售店销售人员与顾客的初步接触	(522)
初步接触的六个原则	(522)
零售店销售人员向顾客进行商品提示	(525)

商品揭示五个原则	(525)	折扣的支付方法	(534)
店员对顾客购买物品进行包装的目的	(528)	折扣政策的问题与对策	(536)
包装的原则	(529)		
开始包装的位置	(529)		
斜包法(基本包装法)	(529)		
包装美观的要诀	(530)		
不转动商品的斜包法	(530)		
正包法	(531)		
不转动商品的正包法	(532)		
圆筒形商品的包装法	(532)		
捆扎	(532)		
礼品上缎带的系法	(532)		
折扣类型	(532)		

第七节 我国目前商业企业存在的问题与对策

商贸企业潜亏的成因及对策	(539)
我国目前批发商业改革中的误区	(540)
零售商业企业经营管理中的认识误区	(542)
国有零售企业出租柜台存在的问题与防范	(544)
我国目前企业无效高额促销费用产生的重要原因	(545)
商业企业中代销商品业务的弊端与管理	(547)

第八章 企业人员管理弊病诊断与防治

第一节 概述

人员管理诊断的含义	(549)
企业人员管理诊断前的准备	(549)
人员管理诊断的基本内容	(552)
人员管理诊断的基本方法	(554)
人员功能正常发挥的标志	(556)

第二节 各类不良干部的特点

Boss(头目)型:任何公司都有的家伙	(561)
高材生型:干扰部属的人物	(563)
官僚主义型:规则至上的冷面孔	(564)
滥用特权型:自毁规则的家伙	(564)
暴君型:误会斯巴达式教育的真义	(565)
糊涂型:傻瓜蛋一条道跑到黑	(565)
小心翼翼型:披了模范上司的外衣	(565)
依附型:干才意识特强的上司	(566)
公私混淆型:这种上司要及早避开	(566)
唯唯诺诺型:上司面前抬不起头的家伙	(566)
只会处罚的干部:不会检讨自己的家伙	(567)
委托而放心不下的干部:害部属无法成长的家伙	(567)
缺乏创意的干部:老是慢半拍的家伙	(568)
判断力甚差的干部:具有致命缺陷的家伙	(568)
计划力劣弱的干部:只知急于实行的家伙	(569)
不会发现问题的干部:使部属的工作意愿减退的家伙	(569)

解决问题的能力异常缺乏的干部:优劣立现	(570)
拙于说服的干部:也是倾听劣手	(570)
把部属看成被支配者的干部:理该起而反对	(571)
表里皆冷淡的干部:少接触为妙的家伙	(571)
不会与部属“交际”的干部:欠下情义的家伙	(572)
误以为说动了部属的干部:天真到家的家伙	(572)
无意启发自我的干部:闷死部属的家伙	(573)
指导方式有误的干部:抓不住重点的家伙	(573)
突起变卦的干部:没一个准的家伙	(574)
夺部属工作的干部:曲型不良上司之一	(574)
替部属工作的干部:炫耀本领的家伙	(575)
不让部属直言的干部:让部属泄气的家伙	(575)
讨厌创意的干部:对创意不怀好感的家伙	(575)
掩住部属的干部:对热忱泼冷水的家伙	(575)
使部属机器化的干部:把部属的锐意消减的家伙	(576)
轻视单纯作业的干部:逼人成为机构的家伙	(576)
从迟到、缺勤看人的干部:不考虑原因的家伙	(576)
对部属的礼节漠不关心的干部:年轻人并不讨厌礼节	(577)

管理偏于一方的干部：抓不住重点的干部	(578)
第三节 企业狼人：找出潜伏在企业内部的危险人物	
企业必须关心人事危险	(578)
危险的定义	(579)
危险人物的含义	(579)
“危险人物”的分类	(580)
臭鼬型危险人物——对团体发生不良影响的下流人物	(581)
塔斯马尼亚袋鼠型危险人物——经常与人发生纠纷的歇斯底里型人物	(583)
野猪型人物——必须依赖告山，否则便无法发威	(585)
老鼠型危险人物——不论事情多寡，都会忙得不可开交的人物	(586)
树獭型危险人物——经常休假的人	(587)
鬣狗型危险人物——会凶猛地攻击对方，直到对方失败为止	(588)
鼯鼠型危险人物——十足的形色主义者	(590)
野狼型危险人物——会成群地作出破坏行为	(591)
食蜜獾型人物——表面上令人觉得很有幽默感，实际上却是老谋深算的阴谋家	(592)
狐型危险人物——能使一个企业衰败的最危险的份子	(593)
孔雀型危险人物——假戏真做的大骗徒	(595)
老虎型危险人物——心直口快做事独裁的人	(597)
豹型危险人物——目中无人，自以为是	(598)
乌鸦型人物——喜欢戴着有色眼镜歪曲事实，经常闹情绪	(600)
大猩猩型人物——惟我独尊的固执狂	(601)

第四节 企业相人术

艺术医学与企业管理学	(603)
人性特征尽在五官	(606)
各类业务的需要与人的五官	(607)
职员五官形象识别基本原则	(608)
智仁勇的形象区分	(608)
阅中华丽言多不实	(609)
嘴角唇型有玄机	(609)
唇色与心机的联系	(609)
表征交际手腕的三据点	(610)
嘴角与人的性格	(611)

如何观察长相而因才适用	(612)
透露情绪个性的眉	(616)
眼神在诉说	(618)
耳门观察胸襟广度	(620)
鼻子是分析体质的关键所在	(620)
鼻子的色泽变化	(621)
从嘴唇可以看到内心和健康的情况	(622)
颧颊的权威分气色	(622)
下巴颊部的生长与工作	(624)
阴阳五色剖析	(624)

第五节 企业人事管理弊病防治

企业招聘面试时主持人言谈举止应避免的错误	(627)
面试测评标准常见病	(628)
有关面试方式的安排	(630)
面试评审表的运用	(634)
对企业领导识人误区的超越	(635)
对企业领导用人误区的超越	(641)
对企业内部非正式群体消极因素的事先防范与事后控制	(648)
处置长期不称职的员工必须稳妥有序	(652)
防止上层主管跳槽	(655)
考核误差的心理原因分析与减少误差的途径	(656)
建立合理薪酬管理制度	(659)
选择适当的奖励形式	(661)
正确处理员工晋升问题以保证企业生命力	(679)
提案书的写法	(684)

第六节 我国改革开放时期企业人事管理中特殊缺陷的诊断防治

我国企业现行人事制度与市场经济体制的矛盾分析	(686)
目前企业物化型人事管理的不良影响及其矫正	(688)
当前企业选人用人的“眼疾”种类	(689)
留住用好人才是困难企业的秘方	(690)
警惕选拔后备干部缺乏透明度的弊端	(691)
国有企业人才流失成因分析与避免对策	(692)
乡镇企业引进人才的盲点	(693)
人事安排中跑风漏气现象的解决办法	(693)
企业能人使用过程中的误区	(694)
引进人才必须注意处理好的若干关系	(695)

乡镇企业引进人才稳定率低原因及解决办法	隐性失业的危害及根除	(695)	(701)
企业必须走出委培误区	国有企业人员分流的误区	(696)	(702)
企业中专业技术职务与行政职务倒挂现象的症结所在及消除措施	国有企业人员分流应有的思路	(697)	(703)
劳动行为的努力动机与在岗闲暇动机	走出企业奖金分配的误区	(697)	(703)
我国目前的劳动逆市场制度与在岗闲暇	走出企业内部离岗退休的误区	(699)	(705)
	现行人事档案表的缺点与改革		(706)

第九章 金融保险企业诊断与防范

第一节 银行中存在的问题与对策

我国目前基层金融机构管理中存在的问题与对策	(710)
金融改革要走出的误区	(711)
警惕专业银行转轨过程中的投机行为	(712)
目前企业法人对担保的错误认识	(712)
目前企业抵押贷款中存在的问题与对策	(713)
企业逃贷现象透视	(714)

第二节 票据欺诈与防范

票据欺诈的特点	(716)
伪造票据的常用方法	(716)
识别伪造票据的经验性判断方法	(716)
我国汇票签发与流通中存在的制度缺陷与解决对策	(717)
对伪造整张汇票欺诈的防范	(718)
对伪造出票人或承兑人签章欺诈的防范	(720)
变造汇票欺诈	(722)
对变造汇票欺诈的防范	(722)
利用窃取的汇票欺诈及其防范	(723)
有关汇票工作人员利用职务之便欺诈及其防范	(724)
利用汇票委托书欺诈及其防范措施	(725)
空头支票欺诈及其防范	(726)
签发与预留印签不符的支票进行欺诈及其防范	(728)

第三节 信用卡风险与防范

信用卡业务风险的主要种类	(728)
信用卡业务风险的责任划分	(729)
信用卡恶意透支的内容及防止措施	(730)
信用卡的担保	(732)
商户操作不当的风险控制	(734)
对发卡内部机构的风险防范	(738)

对利用信用卡诈骗的风险防范	(738)
利用信用卡进行诈骗的处理	(740)
关于第三人欺诈使用信用卡犯罪的认定	(740)
信用卡止付的内容	(740)
信用卡保险	(742)

第四节 证券业务中存在的问题与对策

证券欺诈的涵义	(743)
证券欺诈行为的分类	(744)
证券期诈行为的特征	(744)
内幕交易行为的涵义和特征	(744)
内幕交易的行为态样	(745)
内幕交易的行为客体	(745)
内幕人员	(746)
内幕信息	(748)
内幕交易法律管制的必要性	(754)
内幕交易的危害与防止	(755)
内部人短线交易责任	(756)
操作市场行为概念	(760)
操纵市场行为的分类	(761)
未依法交付招股说明书的法律责任	(764)

第五节 保险业务存在的问题与对策

保险欺诈的模式	(765)
车险高风险赔付的原因分析	(768)
降低车险高风险赔付的对策	(770)
做好现场查勘是杜绝车险骗赔的第一道闸门	(771)
寿险对保户吸引力不足的原因及解决措施	(772)
我国现行个人养老数学模型的缺陷	(773)
个人养老保险数学模型的改善	(774)
保险代办员违纪现象的剖析和纠正	(775)
“应收保费”存在的问题与对策	(777)

第十章 企业财务弊病诊断与防范

第一节 企业经营财务诊断秘诀

第一个秘诀——利息及票据贴现费	(779)
第二个秘诀——查阅三个月资金周转表	(779)
第三个秘诀——通融票据	(781)
第四个秘诀——企业的血压如何	(781)
第五个秘诀——既往症是否痊愈	(781)

第二节 企业经营财务诊断实务技巧

短期资金筹措方式	(793)
短期资金筹措方式的诊断	(794)
企业短期资金筹措的诊断	(795)
中长期资金筹措方式的诊断	(799)
固定资金预测的诊断	(805)
固定资金控制和利用效果的诊断	(810)
固定资产投资方案综合效益的评价诊断	(813)
流动资金的诊断	(819)
专项资金诊断	(822)
资金运用的综合诊断	(825)
成本的分类	(827)
成本要素的分类	(828)
实际成本计算	(829)
标准成本计算	(840)
标准成本计算制度下的成本差异分析	(842)
边际成本计算	(844)
利润分析的基本思路	(845)
产品销售利润预测分析	(846)
利润总额分析	(848)
利润率分析	(853)
财务报表诊断分析	(856)
经营诊断分析雷达图	(867)
企业财务安全力的诊断	(869)
企业财务活动力的诊断	(871)
企业成长力的诊断	(872)
企业收益力的诊断	(872)
企业生产力的诊断	(873)
损益分界点 (BEP) 分析	(874)

第三节 企业经营财务常见病状分析

企业财务常见病的种类	(876)
------------------	-------

固定资产过大病	(876)
自有资本过小病	(880)
如何克服资本不足的病症呢?	(883)
负债过小症	(885)
短期资金过大症	(885)
短期资金过小症	(886)
货币资产过大症	(886)
流动资产过大症	(886)
流动资产过小症	(886)
赊销款过大病	(888)
判定赊销款过大病的方法	(896)
出血的判断	(897)
销售费肥大症	(899)
企业推销人员费用管制常见弊病分析	(904)
销售收入过小症	(909)
销售收入过大症	(911)
成本费用过小症	(914)
亏损企业综合症	(914)
盈利企业综合症	(915)
综合症的治疗	(917)

第四节 避免资金调度失灵的策略

对“一般认为销货的应收帐款是利润的后备军”的 说法应提高警觉	(918)
虽有赤字仍可顺利调度资金的妙方	(918)
重视收支时间的差异	(918)
把握现金收入的甜头	(919)
要了解每月资金的流向	(919)
销售计划、收款计划的估会要保守	(919)
要了解由于收款迟延以及展期所带来的影响	(921)
沉着应付突发性的支出	(922)
提供弥补资金不足的方法有几种	(922)
要了解资金不足调度方法的优先次序	(922)
财务部门筹措不足资金的智慧	(923)
营业部门筹措不足资金的方法	(925)
制造部门筹措不足资金的方法	(926)
“血流”不畅的病症	(926)
“血流”不畅的病因	(927)
“血流”不畅的治疗	(928)

第十一章 呆帐、征信与成功收帐

第一节 严防呆帐概述

呆帐的概念	(929)
销售与呆帐的关联性	(930)
不同生命周期阶段之产品对呆帐管理的影响	(930)
呆帐预防方法的选择	(932)
无赔不成店, 赔久会倒店	(933)
一千赔, 不值八百现	(934)
欠帐走主顾, 收帐掠主顾	(934)
长帐短会	(935)

第二节 信用管理

信用交易的时代	(936)
要命的六大损失	(936)
停、听、看: 征信三字诀	(936)
利润导向取代销售挂帅	(937)
设置征信尖兵	(937)
财务分析征信法	(938)
联合征信法	(938)
3F 评估征信法	(938)
全员征信	(941)
重点调查	(941)
征信技能	(944)
单兵调查	(947)
比较设定信用额度法利弊	(949)
层次增加信用额度法利弊	(949)
担保设定信用额度法利弊	(949)
信用额度设定法的选择	(950)
信用评等的实施	(950)
信用额度的制定	(951)
额外授信制度的运用	(959)
信用调查也有限度	(959)

第三节 应收帐款管理

做好结帐的应收帐款管理	(961)
应收帐款管理的重点	(962)
应收帐款的处理作业制度	(963)
制作应收帐款明细表	(964)
制定赊帐期限	(964)
制定现金折扣标准	(964)

逾期帐款的追踪	(966)
坏帐冲销核准原则	(966)
收帐的三个时期	(966)

第四节 成功收帐的条件

“完全销售”的新概念	(984)
重视及搞好人际关系	(985)
虚心学习收款技能以充实自己	(986)
售后服务增进收款成绩	(987)
时时以替客户创造财源为己任	(988)
要与客户约好收款及付款时间	(989)
掌握客户的型态及其心理状况	(990)
如何塑造快速收款的形象	(991)
如何能名正言顺即时收回货款	(992)
如何循规遵守收款规定	(993)

第五节 现代的收款战术

收款的管理战略	(993)
全数收款的配合条件	(995)
年关过年收帐讨债的诀窍	(997)
以利益来说明付款好处	(999)
采用“循序渐进”、“以柔克刚”的催款战略	(1000)
不可轻易使用收款高压狠招	(1001)
掌握时机, 破解收款的僵局和困扰	(1002)
如何应付收款时的讨价还价	(1002)
采取捷足先登的短期催收法	(1003)
讨债的战术	(1004)

第六节 我国目前企业债务拖欠问题的诊治与防范

债务陷阱生成的机制	(1007)
企业变相逃债现象透视	(1008)
治理企业相互拖欠的有效措施	(1012)
运用协议管辖权清收拖欠款	(1014)
清理债权债务的良策: 申请支付令	(1017)
还款协议书: 一种补救措施	(1017)
还款协议书的弊病不难发现	(1018)
还款协议书的订立要谨慎	(1018)
企业利用黑社会势力索债的弊端为国法所不容	(1019)

第十二章 财会舞弊审查与防范

第一节 会计舞弊的主要表现形式

假帐的基本涵义	(1021)
会计错误	(1021)
会计舞弊	(1022)
会计错误与会计舞弊的区别	(1023)
技术性舞弊手段	(1023)
策略性舞弊手段	(1031)
会计凭证中数字书写的规则	(1035)
会计凭证中数字书写作弊的一般方法	(1035)
会计凭证摘要	(1035)
会计凭证摘要在实际工作中容易出现的问题	(1035)
会计凭证格式的作用	(1035)
会计凭证格式在实际工作中常见的作弊形式	(1036)
在会计凭证名称中的作弊形式	(1036)
填写会计凭证日期常出现的作弊形式	(1036)
会计帐簿作弊	(1036)
会计帐簿启用中出现的作弊	(1036)
在工作中常出现的会计凭证签章作弊	(1037)
会计帐簿设计与设置中存在的作弊	(1037)
会计帐簿一般登记中存在的会计作弊	(1038)
出现在帐项纠正中的会计作弊形式	(1038)
日记帐中常出现的会计作弊	(1039)
会计报表作弊	(1039)
会计报表编制中容易出现会计作弊	(1039)
会计报表报送中的会计作弊	(1040)
会计报表勾稽关系中出现的会计作弊	(1040)
会计档案建立中出现的会计作弊	(1040)
在会计档案处理中的会计作弊	(1041)
会计档案利用中的会计作弊	(1041)
出现在会计重记和漏记方面的会计作弊	(1042)
现金收入业务中主要存在的会计作弊	(1042)
现金支出业务中主要存在的会计作弊	(1042)
存在于银行存款增加核算和减少核算中的会计作弊	(1043)
存在于应收销货款业务核算中的会计作弊	(1043)
坏帐业务会计核算中出现的会计作弊	(1044)
应收票据核算中的会计作弊	(1044)
应付工资核算中的会计作弊	(1044)
存在于预收、预付款核算中的会计作弊	(1044)

待处理财产盘盈核算中的会计作弊	(1045)
存货计价中的会计作弊	(1045)
存货储存方面的会计作弊	(1045)
投资收入或损失会计处理中的会计作弊	(1046)
无形资产核算业务中的会计作弊	(1046)
固定资产增加业务中的会计作弊	(1047)
固定资产减少业务中的会计作弊	(1047)
固定资产有偿与无偿调出核算中的会计作弊	(1047)
在折旧范围中的会计作弊	(1048)
固定资产修理业务中的会计作弊	(1048)
固定资产租出租入的会计核算中的会计作弊	(1049)
固定资产清理报废核算中的会计作弊	(1049)
费用、成本业务会计操作中的会计作弊	(1049)
在支出业务会计操作中出现的作弊	(1050)

第二节 一般会计错弊查证与调整

查帐	(1051)
查帐的对象和原则	(1052)
会计作弊的查证	(1052)
会计错弊的查证的种类	(1052)
会计错弊的查证方法	(1052)
运用详查法和抽查法查证会计错弊	(1053)
运用顺查法和逆查法查证会计错弊	(1053)
运用审阅法查证会计错弊	(1054)
运用调查法查证会计错弊	(1054)
运用追踪法查证会计错弊	(1054)
运用逻辑推理查证会计错弊	(1055)
通过证证核对查证会计错弊	(1055)
通过银行存款日记帐与银行对帐单的核对查证会计错弊	(1056)
通过帐证核对查证会计错弊	(1056)
通过帐帐核对查证会计错弊	(1057)
通过帐表核对查证会计错弊	(1057)
通过帐实核对查证会计错弊	(1058)
记帐凭证检查的内容和方法	(1058)
会计的帐簿检查内容和方法	(1061)
通过表表核对查证会计错弊	(1063)
通过会计报表内各项目之间的核对查证会计错弊	(1063)
运用盘点法查证会计错弊	(1064)
运用鉴定法查证会计错弊	(1064)