

2023年肾组织结构图画 英文简历的组织结构(通用8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

肾组织结构图画篇一

人之所以要工作，从最简单的角度来看，是要获得满足感和工作成效，组织结构正是可以让满足感和工作绩效同时获得的管理方式，这也是组织结构的一个特殊功效。组织结构之所以具有这样的功效，是从结构设计的七个层面体现的，也就是说，处理好这七个层面，员工就会因为组织结构本身的安排获得满足感和工作绩效。

第一个层面是职权阶层。

所谓职权阶层就是指管理人员，他们具有一定的职权，他们会获得比别人更多的资讯和决策的机会，他们可以掌握和运用资源。职权阶层为什么会有绩效和满足感呢？在组织管理中有一个方法就是“信息管理”，很多时候我们可以运用信息不对称的方式让职权阶层的人拥有不同的信息从而做出不同的判断以获得影响力。其实管理的手段中最常用的就是开会和发文件，而职权阶层因为拥有不同的职级，参加不同的会议，获得不同的文件阅读，也就获得了不同的信息，而这些不对称的信息可以让下属更加确信你的判断和能力，也就强化了服从和管理的效率，从而获得满足感和工作绩效。因此，我常常反对开总经理扩大会，管理文件让许多人看到的行为选择。文件管理和会议管理是极其重要的，可惜很多人都不认真对待这两件事情，会议是否需要开？什么人参加？文件如何传递？什么人掌握？是极其重要的安排，而这也是使职权阶层获得感受的手段。因为我们没有很好地控制会议

和文件，导致公司内部管理信息多头，指令理解多头，政令不能保持一致，管理效果可想而知。

举一个日常管理的例子，总经理需要召开一个行政工作的会议，结果相关部门的人都来了，因为没有控制好，后勤部门的经理、副总和主管都到会。会议期间总经理跟后勤部的人说需要喝水，结果后勤部经理下指令给总经理拿矿泉水，后勤部副总坚持拿开水，而后勤主管说总经理习惯喝茶水，三个人就无法达成一致，耽误了很多时间，最后只有再征求总经理的意见，总经理说要矿泉水。但是后勤部副总和主管还是内心不服气，觉得总经理今天是特殊情况，否则一定不会是矿泉水。为什么这样小的事情，还出现不能够立即执行指令，原因是三个人都参加了会议，都有机会获得信息以及做出判断，如果只有后勤部经理参加会议，他的指令就一定会得到执行了，而后勤部经理的权威也就得到保护，所以保护职权阶层是极其重要的。

第二个层面是直线和幕僚的区分。

由于管理强调责权利对等，人们又陷入另外一个误区，就是认为责权利都在管理的职级上，所以几乎所有的人都认为如果要得到肯定，获得绩效，就要在管理职级上获得晋升，否则就不是成功，因此大家都追求管理岗位，都期望成为管理者。但是管理岗位始终是有限的，而且更多的岗位也同样具有重要的责任，同样具有不可替代的功能，只是因为组织结构设计上没有关注到这一点，导致人们并不关心功能和责任，而是追求管理岗位和权力，如果不能在管理岗位上获得晋升，就没有满足感。

究其原因就是组织结构设计的错误，没有晋升的空间，但是一个以制造见长的国家，没有产业工人，该是多可怕的事情。

第三个层面是部门的划分。

其实部门的划分可以彰显专业化，也可以确定每一个部门成员的自我认知，尤其是在公司地位和作用的认知。比如大客户部，这个部门因为被称为大客户部，部门内的很多成员就对自己有了不同的认知，他们会认为大客户很重要，因此在这个部门工作也说明自己很重要，同时更重要的是他和其他没有在大客户部工作的同事就区分开来，有了不同的感觉，而为了保有这个感觉，他们会努力地工作。部门的划分可以有多种方式，可以分为两种：按照目的划分和按照程序划分，但是不管使用哪一种划分方式，最终都在体现一个思想，在明确划分的部门里面，成员最具有这个部门专业领域的权威性。

第四个层面是授权和分权。

组织职能和领导职能的区分就是分权和授权的区分，在领导职能里你所得到的权力是授权，而在组织职能里你所得到的权力是分权。授权的权力依然在领导者的手上，而分权已经在你自己的手上了，所以组织更能让人成长和有绩效感。

第五个层面是形式化的程度。

形式化程度其实是非常重要的，很可惜我们都忽略了。比如公司内部的称呼习惯，我常常想为什么中国企业内部很难合作，而西方企业比较起来好像容易得多，其中一个原因就是形式化程度的差异。在西方，称呼方面没有形式化的要求和习惯，上至总裁和老板，下到一般员工，大家习惯性称呼名字，没有职称和头衔，因此合作也就比较容易，但是我们在称呼方面的形式化程度极高，甚至每一个人都唯恐称呼的职位不到位，深怕因此得罪上司，这样的习惯一定是无法合作的。形式化程度体现在很多地方，比如工作服装上的差异，会让一些人满足感；工作场所的大小形式化也会让一部分人有满足感，我会建议给管理人员办公的场所稍微大一点，他就会珍惜并希望保有。所以给他一个房间，其实就会付出更多一点，这也是形式化导致的结果。

还有一个更为重要的形式化就是管理岗位的设置，我建议职能部门的头衔一定要小，绩效部门的头衔一定要大。为什么很多公司职能部门不能够为绩效部门服务？就是因为职能部门的头衔比绩效部门的头衔还要大。一般而言，职能部门负责人我们称之为总监，而分公司的负责人称之为分公司经理，总监和经理从习惯认知上显然是总监大，在这样的情况下，让职能部门为绩效部门服务，其实是做不到的，因为分公司经理面对总监的时候，是无法提出要求的，反而更多的是为总监服务。绩效部门的人要承担的责任大，应该给尽可能大的头衔，而职能部门主要对内提供服务，所以就要通过形式化程度把氛围营造出来。

第六个层面是控制幅度。

一个人可以控制的幅度往往可以让这个人有着明确的感受，所以控制幅度的设计会直接产生满足感以及绩效。我们并不主张控制幅度越大越好，因为在古典设计原则里，控制幅度需要做一定的限制。但是当管理者获得肯定后，扩充他所管理的幅度是一个很好的绩效肯定，也是他可以很容易获得满足感的原因。

第七个层面是专业化。

这是我最担心的一个层面，在中国的企业中不尊重专业化的情况非常普遍，大部分的公司有分工，但是不会在职务的名称上明确地表达出来，因此只要是副总裁，不管他在什么专业领域，都可以让所有下属接受他的意见。但是不应该这样，必须尊重专业能力而非职位，同时因为没有这样明确的专业安排，大多数情况下每一个副总裁都会对所有的职能或者专业发表意见，下属又必须执行，在这样的情况下绩效就会受到伤害。所以在这个层面里，所有的部门都需要全称界定，比如财务副总裁、营销副总裁、成本主管、质量主管等，只有这样设计，才会让专业人士发挥作用，同时确定专业能力受到尊重。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

肾组织结构图画篇二

示范：

物业管理有限公司成立初期，管理项目限于花园一项目，若组织层级过多则易造成在工作沟通、衔接方面的不畅并导致管理效率低下。因此，在公司发展初期，应先行规范业务管理，同时从发展的角度考虑，设立的组织架构必须具有丰富的可塑性，必须既能满足当前阶段发展的需要，又易于职能的扩充与转换。

项目初期拟设立物业管理有限公司与花园管理处合二为一的组织架构，在组织层级和部门设置上进行了精简与压缩，易于工作协调。同时以业务管理和职能管理为两大主干，组织职能的线条划分比较明晰，避免了职能重叠，多头管理。在该组织架构中，物业公司总经理下设两名部门经理，公司内部分设综合办公室和客户服务中心共两个部门，两位部门经理向总经理负责。

随着公司业务的发展壮大，当出现多项目操作时，可将原架

构中综合办公室的职能提升，设置为职能部门；客户服务中心则转变为物业管理处，其中客户服务中心对外代表公司接受客户服务，对内代表客户提出服务需求，因此客户服务中心经理具有组织协调其他业务部门的职责和权利，在组织上保证以客户为中心原则的体现。

物业管理有限公司组织架构的基本思路是：全面顺利介入花园的物业管理，保证花园的物业管理在一个较短时期内，达到较高的管理服务水平。在此基础上逐步推进物业公司的发展，丰富健全物业公司的各项职能。

1) 体现了以顾客为中心的服务理念。四个业务部门围绕客户服务中心运作，客户服务中心对内代表客户提出服务要求，对外代表管理处接受服务申请。

2) 调整灵活。在业务范围逐渐扩大的过程中，可通过在业务口增加人员，在行政职能口岗位细分（品质和培训分拆、人事、信息、资料分拆、行政后勤和采购分拆）来加以解决，而不必在架构上进行大的调整。

3) 便于人才培养及储备。除各业务口负责人外，客户管理员、品质培训人员均对部门的各项业务较熟悉，有利于公司管理梯队的培养。

公司内部共设置两个部门，分别为：综合办公室、客户服务中心。

客户服务中心设立安全管理、工程技术、清洁绿化部门、客户服务部门，下设现场操作岗位，安全班、公共维修班、设备运行班、家政维修班、绿化运行班、家政服务班、清洁运行班、前台接待、装返修管理、经营管理、客户大使、社区文化的岗位。

综合办公室主任负责品质、财务、人事和后勤等工作的管理。

在初期部分岗位可以兼任（如人事与培训，信息与资料管理），业务扩大后则可拆分为品质、人力资源、行政后勤部等职能部门。

以上组织架构人员可考虑前期运行阶段的成本和工作量，适当在人员上进行兼职，待后期管理规模扩大和收入正常后再分别设立。

肾组织结构图画篇三

企业不得不保持动态的变革态势来在生存中求发展，企业家不得不经常反思以不错过变革的时机。企业是有问题的组织，问题积累多了，就不得不经过变革来重新打通经络。

组织结构作为企业资源和权力分配的载体，在人的能动行为下，通过信息传递，承载着企业的业务流动，推动或者阻碍企业使命的进程。由于组织结构在企业中的基础地位和关键作用，企业所有战略意义上的变革，都不得不首先在组织结构上开刀动骨。

我们可以从组织结构对企业的贡献这个角度来寻找答案。

组织结构对企业价值创造的所有功能，可以概括为三个方面：效能、效率和安全。通过深入理解各功能的涵义、判断其状况、并分析其与组织结构要素的关联性，我们就可以为组织结构号脉。

效能：做正确的事

（1）看最近几年企业目标制定得是否合理，是否如期实现。如果没有实现，是否存在有不可抗拒的政策、市场、环境原因。如果这种原因也存在，还要分析企业在危机事件应对、发展预测分析、机会与风险研究等方面的行为。

(2) 看企业发展战略制订的情况和实施情况。

(3) 看新战略对组织结构功能的要求与组织结构相应功能的历史表现之间的差异。

(4) 看企业客户满意度的高低。

组织结构影响效能发挥的因素主要有：公司治理结构、管理模式、关键职能。公司治理结构是企业利益主体之间的制衡机制，它从组织上决定了经营者的积极性、主动性以及行为的规范性，决定了企业的决策和监管水平。管理模式是企业的基本管理风格和方针，它对企业的集权和分权程度、制度化管理水平、企业子公司或二级机构的设置方法有重要影响。关键职能是企业的一种“晴雨表”，在“技术方面”决定企业目标和战略实施效果。企业目标和发展战略，决定了特定阶段的关键职能，要求配之以足够的人、财、物资源，要求其它职能对关键职能支持和配套。关键职能，决定了关键活动，也决定了相应的部门及其活动在企业中的重要地位。

我国的国有酒店从1997年全行业开始亏损，而外资酒店却能盈利。这不仅是管理水平和市场定位问题，很大程度上是因为经营战略的差异。外资的国际酒店，早已纳入国际订房网系统，客源充足，如六州酒店集团，全球有3200家酒店；万豪国际酒店集团，全球有2100家酒店。相比之下，具有集团优势的国资酒店集团规模优势仍不明显，如锦江集团国内最大了，国内也就50多家。国资酒店要么进行单体特色经营，要么通过规模经营来回避单体大众化经营的风险。如果采用后者的战略模式，就需要重新考虑企业的治理结构和管理模式，以及关键职能划分。

1969年和1970年，华尔街许多赫赫有名的证券公司纷纷垮台，其最重要的原因，就是这些公司未能把客户服务作为一项关键职能来组织。美林公司除外，因为它把客户服务作为关键部分来操作，因而在此次危机中成为证券交易业的巨人。巨

人脑白金的成功，就是企业以市场营销为关键职能，将企业资源和管理重心对之倾斜的结果。IBM公司近来在软件领域快速崛起，就是因为其逐渐淡化了作为传统关键职能的硬件的生产与服务，顺应市场变化趋势及时将软件研发和服务作为新的关键职能。

效率：正确的做事

为企业都假设、也在努力“做正确的事”。高效率的组织，在正确战略指导下，使企业能够在日益激烈的市场竞争中“快鱼吃慢鱼”。

如何判断组织结构的效率是高还是低？

- (1) 看企业计划的完成情况。如周计划、月计划、季计划。
- (2) 观察推诿扯皮现象。
- (3) 调研或访谈人们对工作的成就感与满意度。

企业计划完成情况，在很大程度上是组织结构效率的直观反映；在分析中为了排除干扰因素的影响，要重视短期计划完成情况，并对企业各种类型的计划的完成情况进行比较，以及对同一计划进行统计分析，还要参照标杆企业的情况对比研究。推诿扯皮除了人们主观因素（取决于人力资源管理水平）外，往往是部门之间职能重叠、责任不明确所致。流程设计繁缛不畅就会让人感到工作沮丧，企业就像在用一大堆齿轮来解决只需要一对皮带轮就可以解决的传动问题。

企业各岗位的责权利界定是不是规范、清晰，业务流程是不是运用了信息技术、并设计得科学和简洁，例外业务的处理机制是不是完善，部门设置和职能划分是不是基于流程需要，组织内部的信息流通渠道是不是畅通，部门间的协调机制是不是有效等，都对组织结构的效率有着重要影响。

我国多数民营企业快速增长后，都会感到逐渐犯上了多数国企才有的“官僚、僵化、扯皮”病症。这是因为，企业创业时盖了一间房子就可以了，产品的产量和品种多了，就在边上再盖一间，或者搭个棚子凑合。累计的结果，是一片杂乱无章的小而简陋的平房区。如何才能安装先进的生产线呀？拆东墙补西墙肯定不行。需要推倒重来，建设一个大楼。这就是流程重组的动因，也是组织结构从局部优化、温和调整到彻底变革的必然。

安全：持久地做事

安全是现在对未来的投资。组织结构的安全功能，是指组织结果对企业运营的持续性发展的保证。表现为四个方面。

(1) 财务安全。资金不会流失，现金流保证企业正常运作。

(2) 产品或服务的质量安全。符合相关标准和规范，不出质量事故。

(3) 资产和人员安全。不仅仅是资产保全和人身安全，更重要指固定资产的正确使用和充分利用，骨干人员防止流失，对人才的知识管理以将个人精华沉淀和提炼为公司的财富。

(4) 生产运营。生产秩序、生产状况、业务行为合法与合规。企业最低目标是“活着”，最高目标是“长久地活着”。如果说，效率和效能是为了使企业能“活着”、“活得更滋润”，那么，安全就是为了使企业“能健康地一直活下去”。

如何判定组织结构的安全功能正常与否呢？

(1) 分析企业的资金损失率、呆帐、应收帐款、预付帐款、发行债券、债务、信用担保、股票市场表现等状况。

(2) 分析产品或服务的质量标准执行情况，质量标准的改进

情况。

(3) 分析资产与人员保全性、治安状况、资产利用率、人员流失率、无形资产管理状况等。

(4) 统计分析生产安全事故情况、采购行为、销售行为等。

组织结构设计中，是不是重视了组织结构的安全功能，对有关部门的职能划分、责权利界定影响很大。企业经过创业期、成长期，在进入成熟期、或者二次创业的时候，要在重视战略管理、基础管理、组织文化建设的同时，通过健全部门编制，从组织结构上加强安全功能的设计，为企业健康持续发展保驾护航。

以“汇仁肾宝口服液”和“汇仁牌乌鸡白凤丸”产品著名的江西汇仁集团在今年实施了组织结构变革。集团新成立了运营保障部，下设了内部审计中心和营销监审中心，将原来分散在供应部的采购行为监管、营销部的销售行为审计、财务总监部的财务审计以及新增设的离任审计集中了起来，加强了统一管理和协调。该部还集中了原来直属集团的法务部、保卫处，俨然是一种组织结构安全功能的“集大成者”。

望闻切问，辩证分析

组织结构功能的发挥，是与企业的人力资源、企业发展阶段、业务性质、组织文化、等密切联系的，因此，为组织结构号脉，不能孤立单就组织看组织，要用系统的、联系的、发展的观点来“望闻切问，辩证分析”。

高效能、高效率和高安全性是组织结构的三大目标，也是企业行为的目标。组织结构提供了一种客观的企业运作平台，还需要企业领导者、管理人员、技术人员和一线员工发挥创造性来赋予其生命。一方面，组织结构本身的设计，应该在流程、部门划分、职能界定、责权利的规范上为高效率奠定

基础；另一方面，只有人的主观能动性得到充分调动，才能让组织结构的效率充分体现出来，并得到高效能、高安全的成果。人事相宜，上下同欲，才能众志成城。

企业处于不同发展阶段，其组织结构的功能也有很大区别。创业期的企业，效率高是其追求的直接目标，高效能则是少数企业才能具备的。创业初期企业具有较高的运作效率、对外界较快的反应速度，是由其简单直线制或直线职能制结构和高度集权决定的，企业老板对员工的观察和控制都很直接。在进入成长期后，市场竞争愈加激烈，企业更关注投入资源的回报率、竞争优势的培育、以及成本的不断降低。这就对管理模式、流程设计、责权利的明晰、职能与部门划分的合理性有了更高要求。到了成熟期或者二次创业阶段，企业更关注内部控制，关注企业持久经营，所以安全功能就在组织结构管理中得到了强调。

不用业务性质对组织结构功能的要求也是有所偏重的。处于激烈竞争环境中的高新技术企业，快的反应速度往往是企业生存的命脉，因此组织结构的效率往往更重要，尽管方向对是不言而喻的；而对于保险、大型制造业，持续经营和稳健绩效是生存的根基，所以对组织结构的效能和安全属性就更加重视。

组织文化也影响到企业对组织结构功能的偏重。稳健的组织文化强调效能和安全，开拓创新的组织文化看重效率。这些都将反映到组织结构的设计和运行状况中。

考行业经验，结合自身实际进行创新。没有特色的组织结构，很难为企业提供竞争优势。因此，为组织结构号脉，必须在企业特定性质和发展阶段下，来分析和评价其效能、效率和安全的功能表现，以辩证的、权变的观点来作出诊断，从而为企业是否需要进行组织结构变革、何时和如何变革提供依据。

肾组织结构图画篇四

word制作表格的公式的快速复制

□

方法二，对某单元格进行公式计算后，不要进行任何操作，立即进入需要复制公式的单元格按f4键即可。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

肾组织结构图画篇五

组织结构是企业的骨骼，岗位是血液，企业一切业务活动都要经过岗位完成，如组织结构设置及岗位设置不合理，会严重影响到企业运行效率。大部分中小企业的组织结构及岗位设置经常变动，搞得员工无所适从，怨声载道，有的企业连组织结构图、岗位设置图都没有，管理完全靠人盯人，根据基本的管理原则，每个人的管理幅度为五至八人，这还要靠好的管理体系。

设计组织结构首先要考虑企业战略或目标，为了实现企业战略，需要设置什么部门，该部门履行什么职能，为实现企业战略能起到什么作用，根据职能则可以设置相应的岗位。

设置组织结构及岗位最重要的原则就是对事不对人，不能因人设岗，否则就会造成运行不畅。有些中小企业战略战略不清晰，只有一些具体的目标，则可根据具体的目标及当前的事务性工作设计组织结构及岗位。

中小企业战略一般为三至五年的规划，有的还会有十年规划。组织结构则至少考虑三年内不会变动，退一步，至少也要一年内没有大的变动。有些中小企业组织结构及岗位设置经常变来变去，搞得员工无所适从，这是非常不可取的，“治大国如烹小鲜”。

一个合理的组织结构，可以明确看出部门职能的划分、流程走向、上下级汇报关系等，中小企业的组织结构大多为扁平化组织，岗位设置相对简单，千万不要追求形式上的丰富，上能承接企业战略，下能承接企业的基本事务工作就可以了。组织结构及岗位设置是企业组织设计的一部分，也是企业的顶层设计，顶层设计好了，方可对企业基本事务运行流程、岗位职责进行梳理，否则是无法进行后面的工作的。

组织结构图及岗位设置图是组织设计的呈现，但我发现很多中小企业都是混在一起的，组织结构图包含了岗位设置图，可以说是一个“二不像”。500人以下的企业全公司一张组织结构图，一张岗位设置图就可以描述清楚，500人以上的企业往往还会有部门岗位设置图，要想表述清楚组织结构与岗位之间的关系，必须分开表述，否则就会让人云里雾里。二者之间为什么会混搭，其归根结底是源于思维的混乱。

组织结构承接企业战略，岗位是实施企业战略的落脚点，应精简高效，实现扁平化。二者的设置必须对事不对人，否则就会造成组织运行不畅。组织结构与岗位设置也是组织设计

最基本的工作，也科学管理最基本的工作，企业千万不能疏忽大意。

肾组织结构图画篇六

一，企业的组成和发展，依靠两个方面：经营与管理

1，经营

2，管理

企业的效率是依靠内部资源的层层整合，是节流，是经营者对人、财、物资源上的合理利用，而达到成本控制的目的。管理即时剑把。

很多企业在经营上是游刃有余，而在管理层面上却是漏洞百出。其最根本的原因是管理的不重视。

二，企业主在管理上存在的三大问题：

1，是组织结构的不完整

2，部门内部“直径管理”不到位

3，部门外部“辐射管理”能力不足

三，企业内部组织架构上存在的问题和解决的办法

1，职责划分不明确

组织内各部门职务比较模糊，大多缺少书面的职务说明，更不会有明确的分工，便形成部门间相互干涉或相互推委的现象。

解决办法：

(1)，设置并公开“企业组织结构图”，一方面是让各任职者明白自己所处的位置；多余或者不明确的职务也就一目了然。另一方面是让业内的人了解谁是自己的上司；让业外的人方便寻找、联络。

(2)，组织架构的形成就是阐述职务的工作范围、划分职务的责任制度、彰显部门间的工作对接。

(3)，职责的有效区分，是让“直径管理”“辐射管理”都能到位。该做的不推委、该闪的少干预、避免越级报告、禁止越级指挥。

2，各部门间缺乏协调

各部门都是以部门利益、部门保护为重，各行其是，甚至拒绝执行同级间分配的工作任务，缺乏整体的配合。

解决办法：

(1)，有了组织的架构，平面部门间的工作关系就可以通过上一级的书面指令（甚至是总经理）来串联和执行。

(2)，通过对员工的职业道德教育、沟通技巧的培训，发展企业文化，建立和谐的企业氛围，让各员工在和睦的沟通中建立融洽的关系。

3，经营者包揽一切

经营者为了显示其独大的权力，忽视对管理层的重视，而直接指挥企业内部所有的员工。导致经营者忙碌不堪，而中层管理者的能力又得不到展示和发挥。

解决办法：

(1)，敢不敢放权（范围权力，合理授权）是衡量一个领导

者用人艺术高低的重要标志。一个成功的创业者是很懂得利用每个团体的力量，每个员工的能力，让他们贡献出全部的构想力、向心力及创造力。

(2)，管理层有了授权的权力，就有自豪感，积极性会非常的高，工作更有干劲。这也是企业对员工自主管理有效的肯定。

(3)，管理者有了一定的权力，就会渐渐摆脱对最高领导层的依赖心理，潜规则中他们的自立、自律、自理能力提升得很快。即使出了问题，也会有抗衡能力和勇于承担的精神。

4，凝聚力不强

企业文化落后，组织分散，同事间小团队现象比比皆是，员工的待遇又不高，等等各种原因，致使企业企业与员工很难凝聚一体，人才外流严重（员工的离职还可能成同行的下属，从而成自己的竞争者）。

解决办法：

(1)，任何企业都必须重视企业文化理念的建设。这是企业做大的“根”。只有有了企业文化，才能吸引优秀人才，凝聚核心团队，支持企业长远的发展。

(2)，盘小的企业，因为组织结构扁平，人与人间很容易形成直接的沟通，所以管理，让管理层重视一对一的沟通管理，更要做好员工的人性化管理，让员工当企业是自己的“家”，这样的员工才能稳定。

(3)，企业在发展生产的同时还要发展企业的文化生活。一次旅游、一个娱乐活动、一堂教育课等都能融洽员工间的相互友谊。

5， 人才的缺乏

小规模的企业，提供不了高待遇的工作平台，聘请不到高级或者有经验的经营管理者，致使企业陷入愚昧而粗糙的管理状态。

解决办法：

（1），小企业的用人，要根据岗位的需要，量身定做，找合适的人配置到合适的地方去。贪多（密集型管理）贪高（高文凭高水平）都是增加了成本的投入。

（2），尽可能的追求到一专多能的通用型人才。

（3），在企业内部挖掘人才，争取“业务骨干”向“管理者”的职务能力转化。

（4），重视对企业内部人才的培训和投资，把人才当是蓄电池，在需要放电的同时，也得给他充电。

6， 家族味道浓厚

任何企业内部都少不了带有血缘和友缘的亲戚与朋友的存在。无论是否有经营和管理能力，都会占据各部门的重要职务，有些甚至拉帮结伙排挤其他的员工。导致员工工作上的牵制。

解决办法：

（1），业主对管理层要做到管理线的清晰，授权时一步到位，而不让亲情者有插足的机会。

（2），业主在用人上把握感情的尺度。不让自己无能的家族成员参与直接的管理。

（3），家族成员是忠诚可靠，但可能缺乏知识、经验、能力，

会给业务的开展带来麻烦。如非要安排在企业内部就职，也就安排闲差。切忌赋予实际职权，免得成事不足，败事有余。

6，领导者的个人魅力

领导者的个人魅力体现在：领导能力、识人用人能力、决策能力、经营能力、沟通能力、创新能力、征服能力、承受能力八大能力上。

（1），事务型领导者，无论市场、销售、还是行政、外交、财务等都亲力亲为。承担战略、战术、执行三个层面的工作。他随时出现在一个公司需要的任何岗位上。他是企业中的“英雄”。

（2），技术型（战术型）领导者，是承担战略、战术的层面工作。他是企业的大脑成员，有权决策各类事务的解决方案。他是企业中的“智囊”之一。

（3），战略型领导者，参与制定公司的发展战略并监督执行，而战术、执行层面的工作则由其他人来完成。他是企业的“领航员”之一。

（4），组织型领导者，工作层面已经从事务型转为组织建设。本人虽然也有一定的事务型的工作，但并不进行决策，决策规划的形成通常由他建立的组织完成，他的职责是建立完善组织，并协调其良好运行，他是企业的灵魂之一。

（5），资源型领导者，主要工作已从技术和组织的层面，转为对于资源的开发和利用。例如：如果公司的制度存在问题，他将寻找并确定合适的内部、外部资源协调解决，自己并不成为直接的解决者，他是企业的“维修人员”。

总之，体现一个领导者的魅力，本质并不在于技术的优秀，而在于他是否善于创造环境，善于整合资源。毛泽东主席说

过：“领导就是掌握政策用好人”。

四，职能分解的基本要求

1，业务活动的独立性

各部门间各项工作活动的性质都是单一的，不能混淆部门间的工作性质。

2，业务活动的可操作性

各部门的工作人员都要有可做的具体工作活动

3，部门间避免重复和脱节

企业内的所有事情都是单一而不重复的管理，同时防止管理的业务无人负责执行。

五，制定经营计划书

2，企业计划的任务

在现有资源的基础（人力资源、财务资源、什物资源、社会资源、业务资源）上，公正、正确的从事生产经营（规划、安排、组织、实施的管理计划体系）活动。

3，企业计划书制定的必要性

第一，为企业的发展方向、发展速度和发展规模提供依据。并按计划得以实施。

第二，根据市场的需要、业务状况、企业发展能力，编制、季度、月计划。使各部门的各项生产经营活动按计划来进行。

第三，有了计划书，就可以合理、适度的安排资金，并为再

生产提供有效的资金链。

第四，有了企业规划书，就可以合理的编制人员，使人尽其位，责尽其事。

4，计划书的内容

(1)，经营部要制定经营计划中业务的具体内容和实施方案。

(2)，管理部要制定企业内部人、财、物管理的状况，并对三大资源进行有效的整合。

(3)，生产部要制定企业生产流程中的工作计划。

六，组织架构的设计

1，小规模的企业，搭建扁平式的三级结构（如图:p---01□

2，大型企业，组织结构要严密，权责要分明（如图□p---02

肾组织结构图画篇七

1. 非政府组织：是相对于政府组织而言的，是指政府以外的处理各种社会公共事务、提供各种公共产品和服务的公共部门。

2. 预算管理：预算管理主要通过公共组织预算的编制、审批和执行，对公共组织各项财务收支计划进行管理。

3. 公共组织财务清算：是指公共组织由于发生划转撤并等原因，需要终止其业务活动时，依据国家有关规定对公共组织的财产、债权、债务及有关遗留问题进行全面清查和处理的行为。

4. 财政预算：是各公共组织根据国家的方针、政策，按照国家规定的工作任务和事业计划，依据定员定额和收支标准编制的计划期内的财务收支计划。

5. 定额定员：是根据各公共组织的规模、业务工作量、工作任务和特点，通过科学的运算，对公共组织人力、物力、财力和人工工效等方面确定的定额比例。

6. 原始凭证：是在经济业务发生时取得或填制的. 书面证明，是表明经济业务执行和完成情况的唯一合法凭据，也是填制记帐凭证的根据。

7. 日记账：是按照经济业务发生的时间先后顺序，逐日逐笔登记经济业务的账簿。

8. 财务清算：

9. 固定资产：是指可供长期使用而不改变其实物形态的设备与设施。

10. 固定资产折旧：

11. 固定基金：是行政单位固定资产所占用的基金，是固定资产的价值反映，它体现国家对固定资产的所有权。

12. 预算外资金：是指国家机关、事业单位和社会团体为履行或代行政府职能，依据国家法律、法规或具有法律效力的规章而收取、提取和安排使用的未纳入国家预算管理的各种财政性资金。

13. 财务报表：是行政单位财务报告的主要组成部分，包括资产负债表、收入支出总表、支出明细表以及基本数字表、预算外资金收支明细表、专项支出情况表等有关附表。

14. 国库集中支付：国库集中支付制度，也称国库单一账户制度，它要求所有的财政收入都要进入国库单一账户，所有的最终付款，都必须从国库单一账户的总账户或地方分账户中支付。

15. 列报口径：就是支出数的确认标准。

16. 资产负债表：是反映行政单位在某一特定日期财务状况和经费收支情况的财务报表。

17. 财务分析：行政单位财务分析，是指以行政单位的工作计划和年度预算为依据，利用财务报表、统计数据和其他有关资料，对一定时期内单位财务活动过程及结果进行比较、分析和研究，做出正确评价的一种方法。

18. 事业单位无形资产：是指不具有实物形态而能为事业单位提供某种权利的资产，包括专利权、商标权、土地所有权、商誉、非专利技术、著作权及其他财产权利。

19. 事业结余：是指事业单位各项非经营收支相抵后的余额。

20. 专用基金：是指事业单位按照规定提取或者设置的有专门用途的资金，主要包括修购基金、职工福利基金、医疗基金和住房基金等。

肾组织结构图画篇八

一、目的

3、加强对公司培训工作的组织领导，规范培训管理，提高培训质量，在竞争中保持人力资源优势。

二、原则

3、针对性原则：根据性质不同对岗位分层分类，实行侧重点不同、内容不同、方式不同的针对性强的培训。

三、适用范围

本制度适用于公司所有员工，及各类型的培训工作。

四、权责划分

1、人事行政及培训部作为公司培训工作的整体规划部门，负责公司整体的培训相关工作，包括如下几个方面：

- (1) 公司培训体系的建立，培训制度的制订与修订；
- (2) 公司培训类型的确定与组织实施；
- (3) 对各部门培训计划实施督导、检查和考核；
- (4) 管理所有培训相关教材，包含书本□ppt□word□课程讲述录音等；
- (5) 培训教材、教具、相关物品的购置、保管；
- (6) 对培训师的选聘，确定及协助工作；
- (7) 培训费用的控制与管理；
- (8) 培训通知的发出及培训完毕后档案的管理；
- (9) 外派培训相关事项的管理及外派参训员工的管理。

2、各部门在培训中的主要职责：

- (1) 本部门培训需求计划的制订和上报；

- (2) 积极配合培训部实施培训工作；
- (3) 本部门月度培训内容的汇总、整理及归档；
- (4) 本部门参训员工的组织与管理。

3、培训师职责：

- (1) 参训员工的出勤记录及审核工作；
- (2) 培训课件的准备工作；
- (3) 当次培训的组织工作。

第二章 培训体系内容

公司培训共分为入职培训、部门阶段培训、销售培训、专业技术培训、通用技能培训、管理层培训。

一、入职培训介绍

- 1、定位：入职培训是每一位新员工入职流程中的一个必经环节，通过对公司的企业文化介绍和制度讲解，让员工迅速了解公司风格特点及顺畅处理公司内部一切事务，减缓新员工初进公司时的紧张情绪，使其更快适应公司、更好的融入集体。
- 2、负责者：人事行政及培训部。
- 3、主要内容：公司背景介绍、组织架构、员工手册、财务管理制度、培训管理制度、职级管理制度、公司活动等。
- 4、报名方式：无需报名，新入职员工须参加。
- 5、培训周期：有新员工入职即执行。

6、培训形式：面授讲解，地点以公司会议室为主。

二、部门阶段培训

1、定位：部门阶段培训包括部门的岗前通用培训和试用期过程中的阶段培训。

(2) 试用期阶段培训旨在让员工在试用期内，通过培训对自身技术能力有所提高，并掌握符合公司业务需要的专业能力，帮助员工成长并真正符合岗位要求，顺利通过转正审核。如：技术部专业开发知识、业务技能。

2、总负责：人事行政及培训部；辅助者：各部门负责人。

3、主要内容：

(1) 部门阶段培训由用人部门制定计划并提交至人事部，计划内容包括课程主题、内容、形式、时长、培训师等信息。

(2) 用人部门要根据岗位和个人制定试用期内有针对性的培训目标、计划，并在部门内指定人员负责组织实施对新员工进行阶段培训。

(3) 人事部负责汇总培训计划、备案与监督培训执行。

(4) 岗位培训内容包括：向部门全体人员介绍新员工、部门职责、岗位职责、工作流程、业务知识与技能等，具体内容由用人部门自行安排。培训结束后由培训部组织考试，考试的试卷出具工作及阅卷工作由用人部门负责，考试成绩作为新员工转正的依据之一。

(5) 在职辅导：部门负责人还可指定一名老员工，以师傅带徒弟的形式，对新员工的工作、生活进行辅导，并及时解决新员工在工作与生活中遇到的困难与问题。

4、报名方式：不需报名。

7、培训周期：有新员工入职即执行。

5、其他说明：部门负责人要切实履行好职责，对新员工多一些重视、指导和给予最大支持，严格制定好培训计划并管控执行。

三、销售培训

1、定位：针对销售人员的培训，旨在分享销售经验、分析项目中的问题、解决困难，提高对项目的全局掌握能力。

2、总负责：销售中心总监。

3、主要内容：销售案例分析及讨论。

4、报名方式：销售中心人员须参加；其他人可报名至人事部。

5、培训周期：每周一销售汇报会结束后进行。