

一本适合所有公务员、公司职员의 必读书

有责任心的员工是企业的栋梁，由有责任心的员工组成的企业是具有竞争力的企业。



企业、政府机关员工职业素养培训读本

工作重在 责任心



严家明 吕国荣 ● 著

没有责任心的员工不是合格的员工
没有责任心的管理者不是合格的管理者



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

一本适合所有公务员、公司职员의 必读书



工作重在 责任心

严家明 吕国荣 ● 著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京 · BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

工作重在责任心 / 严家明，吕国荣著. —北京：电子工业出版社，2011.1
ISBN 978-7-121-12248-4

I. ①工… II. ①严… ②吕… III. ①企业—职工—职业道德 IV. ①F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 220710 号

责任编辑：杨洪军

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司
装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：13.75 字数：142 千字

印 次：2011 年 5 月第 2 次印刷

定 价：28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

前言

“责任心”一词对每个人来说都不陌生，我们几乎从生下来就陆续被父母、老师、领导不断地灌输“做人要有责任心”的道理。

那么，什么是责任心呢？责任心就是一个人对工作能敢于负责、主动负责、自觉负责的态度。它是每个人都应该具有的一种基本素质，更是一个人做好一件事情所必需的条件，是做一个优秀的职业人所必需的。

“责任心”在当今受到的重视程度超过任何一个历史时期。几乎所有的企业和组织在招聘员工时，都会写上“工作责任心强”这一条件，把有没有责任心当做招聘员工的一个重要标准。在职场中，“千金易得，拥有责任心的人才难得”几乎成为所有企业的共同心声。

微软是一家非常重视员工责任心培养的公司，他们在招聘员工时，通常会提一些问题，并以此来考察应聘者是不是具有责任心。正是基于这种做法，成就了微软一流的执行力，打造出了声

名显赫、富可敌国的微软商业帝国。

我们从事的每一份工作都是一份责任，一个人的责任心如何，决定着他在工作中的态度，决定着其工作的好坏和成败。如果一个人没有责任心，即使他有再大的能耐，也不一定能做出好的成绩。

在一所大医院的手术室里，一位年轻护士第一次担任责任护士。“大夫，你取出了11块纱布，”她对外科大夫说，“我们用的是12块。”

“我已经都取出来了，”医生断言道，“我们现在就开始缝合伤口。”

“不行。”护士抗议说，“我们用了12块。”

“由我负责好了！”外科大夫严厉地说，“缝合。”

“你不能这样做！”护士激烈地喊道，“你要为病人负责！”

大夫微微一笑，举起他的手让护士看了看第12块纱布，“你是一位合格的护士。”他说道。他在考验她是否有责任心——而她具备了这一点。

工作重在责任心，责任心是做好工作的第一要素，比任何能力都重要。因为有责任心的人，工作会很努力、很认真、很仔细，这样就可以确保工作少出错。

责任心对一个人的成功来说具有举足轻重的作用，是成功的必要条件。只有具有责任心的人才能自觉履行岗位职责，知道自己该做什么、什么时候做、怎么做；只有具有责任心的才能心无



旁骛地扑在工作上，自动自发地协助同事工作，维护公司荣誉；只有具有责任心的人，才能具有无往不胜的勇气和魄力，不断取得工作上的成功；只有具有责任心的人，才能千方百计地完成好任务，克服一切困难，创造优异成绩；只有具有责任心的人，才能具有坚忍不拔的毅力，不断地为企业经营目标的实现做出贡献；只有具有责任心的人，才能更从容地立足于社会，取得事业的成功，实现自我价值；只有具有责任心的人，才能真正把满足客户需求作为一切工作的核心；只有具有责任心的人，才能具备良好的工作态度，才能客观认识所处环境的人和事；只有具有责任心的人，才能与时俱进，不断进步。

有责任心的员工是企业的栋梁，由有责任心的员工组成的企业是最具竞争力的企业。一个企业，只有每个员工都意识到自己肩负的责任，这样的员工才能在日益激烈的市场竞争中傲然于时代潮流，这样的企业才能在日益激烈的市场搏杀中立于不败之地。

在本书中，我们结合员工的工作实际，用大量生动翔实的材料和案例，详细分析和阐述责任心对一个人、一个企业成败的重要影响，以及一个员工在工作如何做到有责任心。

本书从培养个人的责任心出发，以此提高整个组织的责任感。本书适合所有在职人员阅读，尤其适合企业内部员工培训和政府公职人员培训。



目 录

第 1 章 员工的责任心是企业的核心竞争力	1
1. 员工的责任心就是企业的竞争力	2
2. 员工的责任心决定企业的兴衰成败	7
3. 员工的责任心就是企业的防火墙	12
4. 责任面前，不要做一个置身事外的“旁观者”	18
5. 勇于负责，为企业分忧解难	23
第 2 章 责任心是取得事业成功的第一要素	27
1. 人可以不伟大，但不可以没有责任心	28
2. 没有做不好的工作，只有不负责任的人	33
3. 将责任心根植于内心	37
4. 任何时候都要始终如一地对工作负责	41
第 3 章 有能力，更要有责任心	45
1. 责任心是所有能力的核心	46

2. 既要有能力，又要有责任心	50
3. 责任能让你的能力展现最大的价值	56
4. 信守责任，将个人能力发挥到极致	61
第4章 承担责任，放弃借口	67
1. 责任面前，没有任何借口	68
2. 借口不是推卸责任的“挡箭牌”	73
3. 抛弃借口，勇于承担责任	78
4. 责任到此，不能再推	83
5. 明确岗位责任，才能更好地承担责任	89
6. 不要找借口为自己的错误辩解和开脱	93
7. 主动负责，勇于承认错误并改正错误	96
第5章 增强责任心，创造新业绩	103
1. 没有责任心，就没有工作绩效	104
2. 一流的责任心，创造一流的业绩	109
3. 强化责任心，开创新业绩	114
4. 与其找借口抱怨，不如竭尽全力去提升自己的 业绩	118
5. 锁定责任，才能锁定结果	123
第6章 强化责任心，提高执行力	127
1. 没有责任心，就没有执行力	128



2. 责任心是高效执行力的保证	134
3. 信守责任，让执行更完美	139
4. 责任到位，执行才能到位	144
5. 细化责任，将每一个环节都执行到位	148
6. 高效执行，把责任落实到快速行动上	152
7. 责任不分大小，关键在于落实	157

第7章 提升责任心的六大修炼

1. 少一份抱怨，多一份责任	162
2. 以感恩心做人，以责任心做事	167
3. 聚焦责任，把每件事都做到位	171
4. 树立信心，冲破“怕承担责任而拒绝任务”的 思想束缚	175
5. 责任不分分内和分外	182
6. 用强烈的责任心点燃工作的激情	187

第8章 责任成就事业

1. 成功的机遇隐藏在每一份责任中	192
2. 责任心是事业成功的基石	197
3. 承担多大的责任，就有多大的成功	201
4. 责任能让你成为不可替代的员工	206

后记	210
----------	-----



第1章

员工的责任心是企业的核心竞争力

1. 员工的责任心就是企业的竞争力
2. 员工的责任心决定企业的兴衰成败
3. 员工的责任心就是企业的防火墙
4. 责任面前，不要做一个置身事外的“旁观者”
5. 勇于负责，为企业分忧解难

1. 员工的责任心就是企业的竞争力

责任心是指对事情能主动负责，是勇于承担后果的态度。在企业里，员工的责任心不仅是企业发展的原动力，更是企业的核心竞争力。

2008年11月15日，温家宝总理在考察广东企业时说，应对经济危机要靠研发、靠创新、靠产品竞争能力。

对企业来说，最重要的客户是员工，最核心的竞争力是员工的责任心。

“责任保证一切”，责任保证了信誉、保证了服务、保证了敬业、保证了创造……正是这一切，保证了企业的竞争力。

在激烈的市场竞争中，任何一家想在竞争中取胜的企业都必须设法使每个员工都富有责任心。没有富有责任心的员工，企业就无法为客户提供高质量的服务，就难以生产高质量的产品，企业就无法在这个竞争激烈的社会上立足。

一些企业之所以缺乏竞争力，就是因为企业内的一些员工责任心缺失，不能负起自己应负的责任。

一位零售业经理在一家超市视察时，看到自己的一名员工对前来购物的顾客极其冷淡，偶尔还发发脾气，令顾客极为不满，

而他自己却不以为然。

这位经理问清缘由之后，对这名员工说：“你的责任就是为顾客服务，令顾客满意，并让顾客下次还到我们这里来，但是你的所作所为是在赶走我们的顾客。你这样做，不仅没有担当起自己的责任，而且正在使企业的利益受到损害。你没有承担责任，也就失去了企业对你的信任。你可以走了。”

责任心是组成一个人的多种属性中最核心的一点，没有责任心的人不可能成为一名合格的职业人。对企业来说，员工的责任心是企业核心竞争力的形成基础，没有负责任的管理者和员工，老板再有能力，设备再先进，企业也不可能发展起来。

在企业里，员工责任心的强弱在很大程度上能够决定一个企业的命运。而员工责任心的匮乏，往往会成为一个企业运营不善、竞争力不强的直接原因。

在日益严峻的竞争环境下，员工的责任心越来越重要。能够让员工的责任心不断得到提升，超越单位界限，超越部门界限，超越岗位界限，使每一名员工都能够心系整个企业的利益，拥有对企业的强烈责任感，时时处处为企业负责，这是企业核心竞争力的体现，是企业的制胜法宝。

海尔集团之所以能成为民族企业中的佼佼者，就是因为海尔员工的责任心。

海尔能够成为中国企业榜样的重要原因是其凡事都要求做

到“责任到人”，“人人都管事，事事有人管”。

在海尔集团的每台设备旁边都有一张小卡片，上面记录了设备名称、操作员、责任人、使用和维护记录等内容。这张小卡片是海尔集团的一个特色——海尔责任卡。海尔的每间屋子、设备，包括每一个消火栓、每一把椅子甚至每一个开关、每一块玻璃，都附有一张责任卡，卡上记载部门名、编号、责任人、复审人、责任范围、责任标准、考核文件的编号。

如此形成环环相扣的责任链，做到了“奖有理、罚有据”。这种管理的核心就是要把责任锁定，即使是一个简单的擦玻璃的工作，也要明确制定两个责任人，各自有各自的明确责任。

从海尔推行责任卡管理法中，我们透析出这么一个道理：把所有的责任目标分解到企业的每一个人，上至企业领导，下至一般员工，都清楚自己应该干什么、干多少、要达到什么效果，这样才能达到“日日清、日日高”的目的。

海尔洗衣机生产车间里发生过这样一件事情。一次，洗衣机车间的员工在进行“日清”时，发现多了一枚螺丝钉。员工们意识到，这里多了一枚螺丝钉，就有可能是哪一台洗衣机少了一枚，这关系到产品质量和企业信誉。为此，车间的员工下班后谁也没走，主动将当天生产的1000多台洗衣机全部逐台复检，用了两个多小时，终于查出是发货时多放了一枚。

海尔的员工在重复“简单”的磨炼中获得了责任的真谛，印证了他们熟知的一句话：“什么是不简单？把一件简单的事情成



千上万遍地做好，就叫不简单。”

员工以强烈的责任心做好了每一件简单的事情，造就了海尔非凡的成绩：海尔冰箱获得了中国冰箱史上第一枚“国家优质金奖”，通过 ISO9001 国际质量体系认证后，又先后取得了美国的 UL、德国的 GS、日本的 S-MARK 等 19 种国际认证……

海尔的一名员工这样说过：“我会随时把我听到的和看到的关于海尔的意见记下来，哪怕我是在朋友的聚会中，或走在街上听陌生人讲话。因为作为一名员工，我有责任让我们的产品更好，我有责任让我们的企业更成熟、更完善。”

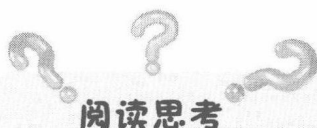
海尔成功的经验带给我们这样一个启示：员工的责任心就是企业的竞争力，有责任心的员工是企业的栋梁，是推动企业发展的关键力量，每一名员工都应当意识到自己对公司的责任，为公司的发展积极贡献自己的力量。

责任心是强化企业核心竞争力的秘密武器。很多人可能都看过阿尔伯特·哈伯德的《致加西亚的一封信》，书中的主人公罗文之所以在困难重重中能够把信送给加西亚将军，是因为他知道自己所肩负的是一场战争的胜败、一个国家兴亡的重大责任。正是这种强大的责任心，提高了他完成任务的勇气和决心，增强了他的执行力。我们每一个部门、每一个岗位都是相互关联、相辅相成的。如果团队中每个人都是极其有责任心的，那么我们的团队也将会涌现出很多能够把“信”送给“加西亚”的人，每个



岗位的工作也必然能做到让自己满意、同事满意、领导满意、客户满意，团队的执行力、工作水平、工作质量就会不断地得到提高，从而使企业的核心竞争力得到强化。

员工的责任心决定着企业竞争的强弱，每个员工都应担负起自身的责任！



阅读思考

1. 为什么说“员工的责任心就是企业的竞争力”？请结合文中的案例，谈谈你的理解和认识。
2. 扪心自问，你是一个有责任心的人吗？你的责任心为你所在的企业做出过哪些贡献？
3. 你会像海尔的员工那样，不管在何时何地，都能以高度的责任心去关心自己所在企业的产品和服务吗？

2. 员工的责任心决定企业的兴衰成败

员工的责任心是企业生存和应对信息时代管理挑战的根本保障，它决定着企业经营的成败。其实，许多企业巨人轰然崩塌与员工的责任心缺失有关。

在中国，恐怕没有一家企业能像三株那样迅猛发展，又迅速消亡。

三株在1994年刚开始成立时，注册资金仅为30万元，但当年的销售业绩便高达1.25亿元。1995年，三株的销售额猛增至23亿元。到了1997年年底，它的销售额更是达到了惊人的80亿元，净资产则有48亿元之巨，在短短的4年间，增长了16000倍。更难能可贵的是，三株公司负债率为零，打造出了无比辉煌的保健品帝国。市场最辉煌时，在东西南北中各县、乡、镇，因争购三株排起了一条条人龙，三株口服液的价格一度被哄抬至七八十元一瓶。

三株公司销售网络遍布全国，而且触角直达各地村镇。三株公司的营销网络共分为四级：在省一级建立营销指挥部，市、地级设营销公司，区、县级设办事处，乡镇及城市区内设工作站。

曾经的三株公司，在全国设有 600 多个营销公司，2 000 个办事处，营销人员累计 15 万人之多。

总裁吴炳新曾自豪地说：“中国第一大网络是邮政网，第二大网络就是三株网。”但是，一个常德事件，一篇“八瓶三株口服液喝死一条老汉”的报道，一场小小的官司，便使拥有 15 万多名员工的三株这座庞然大物轰然倒下。

从表面上看，三株这个企业巨人是因为一场小小的官司而轰然倒地、一蹶不振的。其实，在三株内部，责任心涣散才是这个明星企业突然“死亡”的症结所在。创立之初，三株公司不过十几个人，但到了 1997 年的时候，人员猛增至 15 万多人，在全国县级以上的城市都建立了销售队伍。由于公司成员鱼龙混杂，管理人员也忽略了对企业文化的建设，尤其是对员工责任心的培育，许多人来到三株不过是为了沾一点光、分一杯羹，对三株本身是否健康发展并不关心。

据三株公司审计总部统计，在 1995 年投入的 3 亿元广告费中有 1 亿元被无端浪费掉了，但无人关心此事，自然谈不上有人对此负责了。在不少基层机构中，宣传品的投放到位率不足 20%，甚至一些执行经理把宣传品当废纸卖掉，其责任心缺失空前严重。与责任心缺失“相映成趣”的是，三株公司内部机构臃肿、部门林立，官僚主义风气十分盛行，等级森严，程序繁杂，经常出现总部指令被歪曲甚至石沉大海的现象。尽管三株总裁吴炳新采取了“三查三反”、“一打五反”等自上而下的大规模“整风行

