

ZHUANYEJINGSHEN

专业精神

专业精神，是每位职场人士的工作核心和职业目标，应被每一个职场人士奉为圭臬。专业精神是企业最青睐的品质，企业需要具有专业精神的员工，员工需要在工作中有专业精神。



没有专业的员工就没有专业的服务和产品
「专业」是对杰出员工的肯定和赞扬
ZHUANYESHIDUIJIECHUYUANGONGDEKENDING
HEZANYANG



员工成长书架
Employee Development

【白金版】

专业精神

ZHUANYEJINGSHEN

——一切员工必备的信念与行为准则——

华业 © 编著



专业精神，是每位职场人士的工作核心和职业目标，
应被每一个职场人士奉为圭臬。专业精神是企业最青睐的品质，企业需要
具有专业精神的员工，员工需要在工作中有专业精神。

石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

专业精神：白金版/华业编著.

北京：石油工业出版社，2009.7

ISBN 978 - 7 - 5021 - 7266 - 4

I. 专…

II. 华…

III. 企业 - 职工 - 职业道德

IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 114219 号

专业精神 (白金版)

华业 编著

出版发行：石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号 100011)

网 址：www. petropub. com. cn

编辑部：(010) 64523643 营销部：(010) 64523603

经 销：全国新华书店

印 刷：北京嘉业印刷厂

2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

700 × 1000 毫米 开本：1/16 印张：14.5

字数：200 千字

定价：25.00 元

(如出现印装质量问题，我社发行部负责调换)

版权所有，翻印必究

没有专业的员工 就没有专业的服务和专业的产品



企业之间拼竞争优势,员工之间拼专业能力。专业精神是成就优秀优秀员工的重要品质,具备专业精神的员工会成为企业最需要的员工。当企业的每位员工都具备了专业精神,这个企业就会成为优秀的企业。专业精神是企业凝聚力之魂,动力之源,是员工在企业中实现自身价值,取得成就的助推器。

1 前言

FOREWORD

人的一生，有多半的时间都用在了工作上，不管愿不愿意，每天的工作是每个人都无法回避的，随着竞争的加剧，就业越来越难，想找一份称心如意的工作更非易事。如何保住自己的工作岗位，如何在工作中干出骄人的成绩，脱颖而出，成为公司中不可或缺的员工？这是每一位正在工作的人应该思考的问题。

专业精神是一种越来越受企业青睐的品质。企业关注的是效益，企业考查员工的业绩也主要是看他能够为公司创造多少效益，而效益取决于员工的专业精神。

专业精神是人们对自己所选择的职业的高度认同和热爱，因而是一种发自内心的持久的动力，而不是一时的激动和热情。它是一种人生素质，包含了博爱之心、强烈的责任感、坚定的使命感，不仅是全心全意、尽职尽责，更有坚定的信念、极强的探索和奉献精神。专业精神对于老板和员工而言都是一笔财富。

虽然老板和员工是一对矛盾的统一体，存在着利益和财富的分割，但因为拥有专业精神这个支点，两者就可以达到互为促进、共同发展的目的。当一个人把注意力集中在特定的职业和事业之上时，他的个性特长也就进一步得到了加强，如领导能力、合作能力、沟通技巧、学习能力等，为自我的提升创造了更多的机会，从中体现自我价值并获得自我实现的满足。与此同时，也促成了他人、企业、组织甚至社会目标的实现。

专业精神对企业很重要，企业需要具有专业精神的员工，员工需要在工作中体现专业精神！

具有专业精神的员工有出色的特长，能完全胜任自己的本职工作；有

强烈的责任心，热爱自己的工作，愿意承担更大的责任；会利用一切机会学习，不犯相同的错误；应变能力强，不满足于现有的成绩和工作方式，愿意尝试；有团队协作精神，深知个人的力量是有限的。

他们深知专业精神意味着：对自己所从事的工作有着精深的学习与孜孜不倦的研究；方方面面的精益求精；在原有知识基础上不断地学习与创新，充满创造力；超越一般的技术水准；执著地追求极高的顾客满意度。

最优秀的人才总是希望进入最优秀的企业。而每一个优秀的企业，都在解释、创造、奉行和实践着优秀的企业文化、专业精神和价值观念。

专业精神是成就优秀员工重要的品质，具备专业精神的员工会成为企业最需要的员工。当一个企业的员工都具备了专业精神，这个企业也会成为优秀的企业。专业精神是企业的凝聚力之魂，动力之源；是员工在企业中实现自身价值，取得成就的助推器。

为了成为“适者生存”和“胜者全得”中的“适者”和“胜者”，人们总结了诸多成功的秘诀。本书从员工的视角，基于员工必备的信念和行为准则，探讨了专业精神在个人职业生涯中的重要意义，望与广大读者产生共鸣。

Contents 目录

一、我专业,所以我优秀

- 企业最需要的是专业精神 / 2
- 专业、专注才能做大做强 / 6
- 敬业是员工的本分 / 9
- 没有专业的员工,就没有专业的服务和专业的产品 / 12
- 专业意味着被认同 / 15
- 专业技能决定了员工的价值 / 18
- 提高知识技能水平,不做“近视员工” / 21
- 专业,就以最高的标准来要求自己 / 24
- 工作不仅仅是为了薪水 / 27
- 企业之间拼竞争优势,员工之间拼专业能力 / 30
- 只有专业,才能让自己不可替代 / 32
- 专业精神直接映射忠诚度 / 34
- 专业态度就是竞争力 / 37
- 认识自己的优势 / 41
- 全才不如专才 / 44
- 勇于负责可以改变一切 / 47
- 1%的工作中注入100%的热情 / 50

【 CONTENTS 】

二、专业精神源自坚定的信念

- 由内而外造就专业精神 / 54
- 不要看不起自己的工作 / 56
- 我是最棒的 / 58
- 时刻坚信你能行 / 60
- 输得起,打不死 / 63
- 我要做好这份工 / 66
- 忠诚是专业精神的核心 / 68
- 行为表率,心系集体 / 70
- 关注自身形象,不给企业造不良影响 / 73
- 严格遵守工作纪律 / 76
- 在工作中做好自我管理 / 79
- 充满拼劲,向前看 / 82
- 勇往直前,毫不畏惧 / 84
- 付诸行动,不要害怕失败 / 88
- 经得起失败的人,才是真正的成功者 / 90
- 越想放弃的时候,越不能放弃 / 93
- 再试一次,就成功 / 96
- 每天多做一点 / 98
- 坚韧是生命的脊梁 / 101
- 热忱是工作的灵魂 / 103

三、专业 = 责任 + 能力

- 专业精神决定工作品质 / 108
- 100 分是起点 / 111
- 拖拉和逃避是一种恶习 / 114
- 只为成功找方法,不为失败找借口 / 117
- 责任胜于能力 / 119
- 善于管理时间 / 122
- 掌控自己的时间 / 126
- 在正确的时间里做正确的事 / 129
- 时刻与企业价值观保持一致 / 133
- 要做就做到最好 / 136
- 变“要我做”为“我要做” / 138
- 重视务实执行,不尚空谈 / 141
- 行动速度决定工作成就 / 143
- 工作没有完美的时候 / 146
- 专业员工必须具备解决问题的能力 / 150
- 专业员工必须具备倾听的能力 / 153
- 专业员工必须具备说服的能力 / 156
- 专业体现于细节中 / 158
- 不怕失败,执著探索 / 161
- 要想法,更要方法 / 164
- 对事业专心致志 / 167

【 CONTENTS 】

四、做一个永不过时的专业人士

- 尽最大可能挖掘自身潜力 / 170
- 不要成为心理上的奴隶 / 172
- 让别人适应你不如你去适应别人 / 176
- 无法改变的事就平静地接受 / 179
- 搞好内部关系,让和谐的氛围成为企业成功的保障 / 182
- 融入环境才能做好事情 / 185
- 满怀感恩之情 / 189
- 给老板以同情和理解 / 193
- 以老板的心态对待公司 / 197
- 欣赏和赞美自己的老板 / 200
- 专业精神决定发展前景 / 203
- 倾听不同意见,勇于自我否定 / 205
- 自动自发,全力以赴 / 207
- 面对危机能迅速作出反应 / 210
- 用专业精神赢得未来 / 213
- 打造良好的职业心境 / 216
- 把复杂的工作简单化 / 218



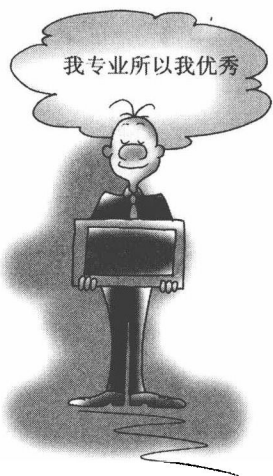
一、我专业，所以我优秀

WOZHUANYE, SUOYIWOYOUXIU



企业最需要的是专业精神

“专业精神的胜利”已成为中国企业在谋求突破性发展过程中的又一个响亮的声音。因为它与这样一个期待有关，即中国企业不仅急需一批卓有成效的领导者，而且还要使领导人才呈现梯队式的发展，能带领中国企业持续性地将愿景变为现实。



专业精神是职业化的前提，职业化的人才首先必须是具有专业精神的人才。专业化并不等同于职业化，一个人如果仅仅具备从事某项职业所必需的知识技能，只能称之为专业化人才，只有当他同时具备相应的专业精神，并将该职业作为长期的职业追求时，才能称之为职业化人才。

一个组织要想在市场上取得竞争优势，需要一大批职业化的员工为其提供专业化的服务。据统计，中国已经有了1800多种职业，且呈逐年增加的趋势，社会化大分工与市场经济的发展，更多地需要专而精的人才，需要他们

对自己的专业钻得深钻得透，而非蜻蜓点水式的“万金油”。受教育体制改革与职业化教育滞后的影响，一方面高学历者找不到工作；另一方面各行业又特别缺乏具有专业精神的人才。唯有拥有了一批具备良好的专业精神和专业技能立志于所从事的行业的员工，一个组织的竞争战略才会找到实实在在的支撑。如果每一位员工都能树立本岗位的专业品牌，每一个部门都能树立本部门的专业品牌，就能很好地缔造一个组织的专业形象。

麦肯锡公司七十年的历史中，鲍尔一直在诠释着“专业精神”这个名词，也正是这个中国的管理者们看起来陌生而抽象的词，凝聚了麦肯锡成功的精髓。究竟什么是“专业精神”？埃德莎姆在她的《麦肯锡传奇》一书中给出了最完整的答案。概括地说，“专业精神”包含了五个方面的内涵，即将管理咨询看作是一种专业、对客户保持公允独立的态度、专注于解决真正的“重大问题”、建立公司个性和确定专业价值观。

有人称麦肯锡员工为虔诚的咨询教士，他们都严格地遵循鲍尔创立的各种清规戒律。鲍尔认为，管理咨询是一种专业，而不是一桩生意，麦肯锡应该像医生和律师那样，把客户的利益置于首位，时时遵循专业准则。麦肯锡将公司理念“恪守严格的道德准则，以最高的专业水准和最卓越的技术，为客户提供一流的服务，致力于解决企业重大管理问题”传递给每一个合伙人和员工。鲍尔非常看重独立性带来的价值和力量，他通过自己的众多亲身经历，“证实了一个独立公允地看待企业全局的外部专业咨询所具有的价值和所赢得的敬意”。

保持独立性，就是指运用具有专业水准的分析方法，向客户坦陈自己看到的真实情况和对此问题的真实想法，哪怕这些分析会影响到和客户关系的进一步延续。在《麦肯锡传奇》一书中，记载了这样一件让鲍尔印象深刻的事情。当他还在众达律师事务所工作的时候，曾经有一家在行业中处于领先地位的地方投资银行的负责人，请求众达协助他完成他所期望的对两家大型钢铁企业的合并，他预计政府会提出反托拉斯诉讼，想请众达为其代理诉讼。众达的执行董事吉恩在研究了案情以后，认为这起合并确实会违反反托拉斯法，所以婉言谢绝。尽管面对上百万美元的律师费的诱惑，众达律师事务所仍然不为所动。最后那家投资银行果然在诉讼中失

败，众达的独立性和专业精神因此为整个商界所知晓。

解决重大的商业问题是麦肯锡专业精神的核心。鲍尔将麦肯锡定位为管理咨询公司，并始终坚守着这一领域。多年以来，有许多有利可图的机会出现，但麦肯锡一直不为所动，鲍尔认为，任何的偏向或者转业都会使麦肯锡的声誉毁于一旦。《麦肯锡传奇》记载，为了严格确保公司着重解决重大商业问题，鲍尔采取了很多措施，鲍尔曾在1953年的一次报告中用精确的语言阐明了自己行业的愿景：

“……我们没有顾客，我们只有客户。我们不属于哪个行业，我们自成一个专业。我们不是一个普普通通的企业，我们是一家专业公司……我们仅仅是管理咨询顾问，我们不是管理者、创办者、建造者，更不是猎头……”

公司的个性是企业文化的集中体现，犹如人的个性，会给予之接触者或耳闻目睹者留下总体印象。作为一家专业服务公司，鲍尔一再强调要确定、构建并一致认同恰当的公司个性。麦肯锡的公司个性最为突出的一点是强调团队精神。麦肯锡人习惯于把自己看成是一个团队，把自己的任务或计划称之为“项目”。在每一个项目中，麦肯锡的团队都致力于寻找价值增值的“关键驱动因素”。

麦肯锡员工中多半是非常优秀的人才，但麦肯锡始终坚信整体力量远远大于每个人的力量总和的观点。正如北京大学光华管理学院张维迎教授在分析企业的核心竞争力时所说，企业最重要的竞争力是看这个企业在多大程度上积累了互补性知识。张维迎认为，麦肯锡的某一个咨询顾问可能不是最优秀的，但这个团队组合起来就是世界最强的，麦肯锡的竞争力在于它的全球一体化，在于它建立的全球资源共享，这是别人买不来、偷不去、拆不开、带不走的東西。

中国文化中有“一山难容二虎”的观点，所以，如何处理人才和团队之间的关系，是中国企业所面临的棘手的问题。“专业精神”无疑是为这一难题寻找到的有效答案。

专业精神，首先意味着超越世俗和功利的价值和信念。专业，对一个专业工作者来说，绝不仅仅是一份职业，而是一项神圣的事业。它要求任

何一个从业者都有一种为之献身的勇气和决心，都能表现出对工作极其的热爱和投入，都愿把所从事的工作视为天职。

专业精神也是一种专注、敬业的精神。对于具有专业精神的人来说，专业精神就意味着精益求精、孜孜不倦，意味着专业技能的不断提高。在当今生存和竞争压力日趋加重的形势下，如果你不是天才，你将怎样胜出？一言以蔽之，只有专业精神才是现代社会最基本的处事之道。

尽管你可能并不是天才，但通过专注于某一领域，对自己的专业钻研钻透，就完全可能使自己成为“专才”，成为不可替代的人才。“扫地也能扫出名堂”、“小庙里也能成就大事”，就是这个道理。在人才越来越市场化的今天，某个单位并不一定能保证你一辈子的饭碗，但专业素质却能帮你永远找到新的饭碗。

专业精神还是一种不断创新、不断追求卓越的精神。行政职务的空间是有限的，你的行政职务可能会被长期封在一个“涨停板”上；但专业的空间却是广阔的，你尽可以通过自身努力、持续性创新成为某方面的专家，如财务专家、市场营销专家、产品开发专家等，从而超越一般的专业水准，形成自己的核心竞争力与差异化优势。

专业精神更意味着团队整体能力的有效搭配和整合。一个团队并非每一个人的简单叠加，分工的细化使得隔行如隔山，人与人之间需要分享、相互依存，单个人无法包揽一切，只有协作才能实现系统的正常运转。这正如雷锋所说：“机器由许许多多的螺丝钉连接和固定，才成了一个整体，才能运转自如，发挥巨大的工作能”。

专业精神时代，是一个重视专业人才、展示专业人才聪明才智的时代；是一个饱含憧憬、梦想和机遇的时代；也是一个需要智慧和创造的时代。这样的时代为我们每个人的专业发展提供了无限丰富的选择与可能。

现代企业最缺少的就是具有专业精神的人才。优秀的你，要想在竞争中胜出，首先要具有专业精神。当你具有了专业精神，你才能追求卓越，追求工作的愉快，才能严格坚持企业的价值观念。做到真正专业，才能恢复你的工作乐趣，士气和激情，增强自己的工作满意度、专业成就感，从而更好地提高企业的经济效益。

专业、专注才能做大做强

管理学大师汤姆·彼得斯曾说过：“一切价值都是由专业服务创造的。”

随着现代社会的发展，各行各业的分工也越来越细化。分工越来越细，专业化程度越来越高，是社会发展的必然趋势。经济学的开山鼻祖亚当·斯密的首要观点就是讲分工，讲专业化分工如何发展。

市场经济分工的发展决定了一个企业不能涉及过多的领域、到处插手、盲目多元化，而是要求企业能够专注于特定的领域，把工作做细、做足。企业要想做大做强，必须强调专业精神。

1981年，瑞士APPLES市的罗技电子公司依靠生产鼠标和键盘进入电脑周边设备行业。鼠标和键盘虽是电脑最基本、最不可缺少的外设配件，但同时也是价格较低而且获利较少的配件，因此许多电脑生产巨头对此根本不感兴趣，认为只生产鼠标和键盘肯定没有什么前途。然而这恰恰给了罗技一个商机，罗技借此走上了鼠标和键盘生产的专业化道路。如今很多在电脑领域追求大而全的公司都已经烟消云散，然而罗技却利用它在鼠标和键盘技术上的优势而风光不减，成了全世界最知名的电脑设备供应商之一。

分工的发展要求员工应在某个领域有一技之长，当今企业里缺少的并不是那种空而全的管理型人才，而是那些在某个领域有特别高的专业技能的人才。一家知名企业的厂长说：“我们厂花了60多万美元进口了两台世界上最先进的设备，可是我们操作机器的人技术水平达不到，两台先进的设备发挥不出应有的水平。”现在许多企业都如此，由于缺少具有尖端专业技能的人才，即使引进了新机器也没人能够正确操作，机器出了问题也没有人能够维修。

一个刚刚毕业的大学生，到一家小有名气的公司上班，老板订了好多的报纸，他每天的工作就是给老板剪报纸，把最好的新闻信息和管理方面的内容都剪下来，整理好给老板送去。在别人眼里，一个堂堂的大学生，每天做着连小学生都会做的事，真是浪费人才。可是他丝毫没有感到厌烦，每天一到公司就开始一边看报一边剪，剪完了整理好送到老板的办公室。就这样两年过去了。他剪了上万份报纸，也看了上万份报纸。

有一天老板找他谈话，问他这两年的工作感想。他说我的工作就是给您剪报纸，剪出您要的内容，送给您。老板笑着说很好，然后带他到了旁边的一个房间。打开门一看，里面全是报纸，都是他剪的。他似乎有点惊讶。老板说这就是你的工作成果，我都看在眼里，你剪的每一份报我都看过了，相信你也都看过了。老板握着他的手说：“在这两年里，谢谢你帮助了我，你对工作的专注、认真让我十分的敬佩。我准备提升你为公司的副总经理帮我处理事务，原因是你看的报纸远远大于我。并且我相信你每剪一张报纸的时候，都会想你剪的内容是不是我需要的，这两年内我每看一张你剪的报纸我都很开心。所以你做得很好。”

一个每天剪报纸的员工一下子成为了副总经理。这是偶然吗？幸运吗？其实不然，海尔集团总裁张瑞敏曾说过，“把每一件简单的事做好就是不简单，把每一件平凡的事做好就是不平凡”。有的人自视甚高，往往认为自己做的事都是很简单的事，大材小用，因此做事不认真，没有耐心，常出现一些底线错误。衡量一个好员工的标准不是他做的是什，而是他作出了什么。作为一个专业员工，一定要有专注认真的工作态度，才能真正发挥自己的专业特长。

美国福特公司的一台机器某一次发生了故障，各方专家检查了3个月，竟然束手无策，无奈之下，公司请来了德国著名的工程师斯坦门茨。斯坦门茨经过研究和计算，用粉笔在电机上画了一条线，说：“打开电机，把画线处线圈减去16圈。”公司照此做了，一切恢复正常。付酬金时，斯坦门茨要1000美元。人们惊呆了，画一条线竟然这么高的价！他坦然地说：“画一条线值1美元，知道在哪个地方画线值999美元。”这就是专业精神的价值。