

<<责任就是能力>>

图书基本信息

书名：<<责任就是能力>>

13位ISBN编号：9787515800622

10位ISBN编号：7515800623

出版时间：2011-12

出版时间：工商联

作者：崔学良

页数：229

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<责任就是能力>>

前言

自古以来，责任备受推崇。

近代著名思想家、文学家梁启超说：“人生须知负责任的苦处，才能知道尽责任的乐趣。

”比尔·盖茨也说：“如果你有很强的责任感，能够接受别人不愿意接受的工作，并且从中体会到收获和乐趣，那你就能够克服困难，达到他人所无法达到的境界。

”很多成就斐然的企业，也十分注重责任。

微软这样要求员工：一旦答应了就要做到，就要做好。

华为基本法写道：认真负责和管理有效的员工是华为最大的财富。

联想认为优秀的员工应该勇于承担责任，对于发生的问题不推诿……那些优秀的员工都把责任当作最基本，也是最高的要求和标准，为什么呢？

这是因为，有责任心的人，必定是敬业、主动、落实到位、把工作做到完美的人。

在责任感这份内在力量的驱使下，他们会积极挖掘自身的潜能，会更加勇敢、坚忍和执著，会永远充满激情地工作。

由此可见，责任不仅是一种品德，更是一种能力。

缺乏责任意识，能力就失去了用武之地。

无论多么出众的能力，只有通过尽职尽责才能得以完美地展现。

现如今，很多企业都讲“责任胜于能力”，实际上责任本身就是一种能力。

没有责任的能力，是无法完美落实的能力。

只有每个员工都树立责任心，才能提高企业的战斗力，员工的竞争力，才能解决工作中的诸多问题。

企业这棵大树要健康成长，不仅仅依靠对利润的追求，也取决于每个员工是否承担起了自己的责任。

我们经常看到这样一些员工：他们的“口才”好，善于找借口；他们的“脚法”好，喜欢“踢皮球”；他们“求上进”，希望薪水越多越好；他们“有耐心”，办事拖拖拉拉；他们“善思考”，做什么事都会想一想怎么打折扣；他们“重合作”，跟其他人联合造假、滥竽充数。

有些员工还经常“加班”，在上班时间利用共同资源干私活！

面对如此不负责任的员工，有哪个老板敢信任他们并委以重任？

因此，当你还自以为怀才不遇，抱怨薪水、职位与己不符的时候，不妨比一比、想一想：自己是上面那种“优秀”员工吗？

如果是，老板又凭什么给你加薪、升职呢？

本书正是针对种种现实，从“责任就是能力”入手，认真剖析了责任对一个人、一个企业的重要影响，并从主动工作、价值管理、构建责任共同体、提高学习力、敬业、提升业绩、有效落实、对公司负责等方面解读优秀员工如何负责任，为员工提供了极具操作性的行动方案。

本书理念引人入胜，方法、建议简捷有效。

希望广大读者能从本书中领悟到责任的精髓，成为一名尽职尽责的员工，进而发挥自己的能力，实现自己，白勺价值，成就自己的事业。

<<责任就是能力>>

内容概要

《责任就是能力》由崔学良编著。

《责任就是能力》讲述了：何谓责任？
责任就是承担应当承担的任务。
完成应当完成的使命，做好应当做好的工作。

何谓能力？
能力就是承担责任、完成使命的过程中所培养起来的职业素养。

在工作中，我们欣赏有责任心和有能力强的人。
很多时候，阻碍我们前进的不是山难水阻，而是我们鞋底里的一粒沙。
有责任心的人，即使是面对一件很小的事情都会付出百分之百的努力，在很多人看来或许会觉得不能理解，但是很多时候就因为这百分之百的努力会给我们带来百分之二百的收获。
责任心代表的是理性。
是积极的精神，和有责任心的人在一起，让我们在工作中激情四射，做起事情来事半功倍。

花有果的责任。
云有雨的责任，太阳有光明的责任。
世界上万事万物，都有自己的责任。
我们每个人都应该承担自己的责任，只有勇于承担责任。

才能提升能力，获得成长和成功。

<<责任就是能力>>

作者简介

崔学良，工商管理硕士，圣象管理学院院长，企业教育和终端管理研究学者，亚洲终端管理研究会理事，上海交通大学赋能教育中心特聘教授，中国企业大学发展论坛理事会理事，中国终端培训网首席专家。

服务过的客户有：圣象地板、富春控股、龙建股份、多乐士、立邦、来威漆、东方雨虹、中国移动、中国电信、港中旅、名和集团、利郎男装、中惠集团、日立电线、宇通客车、中宏集团等200余家企业。

<<责任就是能力>>

书籍目录

- 第一章 呼唤责任——责任是一切的根本
- “染色馒头”事件：责任文化是建立和谐社会的基础
 - “问责”更要“担责”：企业需要负责的员工
 - 责任缺位影响事业发展：剖析责任缺位的五种表现
 - 拥抱责任，在工作中实现自己的价值
 - 责任决定一切：成功源于负责的态度
- 第二章 责任就是能力——没有责任心，能力再大也是零
- 责任就是能力：能力由责任来承载
 - 责任引导能力：责任是指引能力发挥的航标
 - 责任提升能力：责任是完善自我的力量
 - 责任挖掘能力：接受挑战挖掘隐藏的潜能
- 第三章 主动工作——责任是扛出来的
- 成长需要的不是运气，而是主动担责的勇气
 - 机会不会像自动售货机那样自动进发
 - 做自己的领导，不要等他人为你安排
 - 正视责任，从“要我做”到“我要做”
 - 自觉工作：主动做事而非坐等指示
 - 自动自发：在主动负责中提升自己
- 第四章 引入价值管理——做企业需要的事情
- 做人力资本，而不是人力成本
 - 企业最大的浪费是价值浪费
 - 时刻行走在公司设定的轨道上
 - 提升工作价值，提高时间含金量
 - 不是“做完就行”，而要“做好才行”
 - 做“安全卫士”：责任心构筑企业防火墙
- 第五章 树立“一体感”——构建责任共同体
- 建立“所有者心态”，才能更好地承担责任
 - 利益共同体·命运共同体·责任共同体
 - 每个人都可以使公司产生变化
 - 相互依存：你是“责任链”上的一环
 - 积极补位，填补流程中的缺位、漏位
 - 融入团队，建立和谐的“责任群”
- 第六章 提高你的学习力——让责任与能力齐头并进
- 提升能力，就不用害怕承担责任
 - 不断学习，才能更好地履行责任
 - 无形的成长远远高于有形的薪资
 - 提升责任感：更新自己，不断超越
 - 不断改进工作是尽职尽责的最佳诠释
 - 学习的路上：“没有任何借口”
- 第七章 在其位，谋其政
- 用敬业诠释责任，以精业承载责任
 - 认清自己的角色，这是你的责任
 - 在其位，谋其政：做一个称职的员工
 - 敬业，更要“精业”
 - 管理好自己的“猴子”，让问题到我为止

<<责任就是能力>>

做到最出色，让自己不可替代

第八章 把握当下——做好在职的每一天

1%的事也要投入100%的热情

培养专注力，将“不可能”变为“可能”

高标准作业：责任心融入工作标准

节约的都是利润：爱护公司的财产

踏实做事，才能铺就扎实的事业路

“岗位股份制”理论：自己创造价值

第九章 绩效考量责任——成效检验责任，业绩证明能力

用业绩证明自己：绩效是看得见的责任

员工发展的良性循环：业绩—责任—业绩

准备充分是良好业绩的保证

把精力放在最具“生产力”的事情上

以智取胜：思考力创造好业绩

业绩藏在细节里

第十章 责任不是喊出来的——落实要到位，责任先到位

没有落实的责任，就是放飞的气球

个人责任意识是有效落实的核心

认清责任使命，唤起落实的内驱力

开发你的“地头力”，竭尽全力去落实

跟着目标前行，避免瞎折腾

日事日毕，日清日新

第十一章 公司是船，责任为帆

——对公司负责就是对自己负责

“船文化”：齐心协力，同舟共济

感恩老板，也是对自己的成长负责

气场定律：责任气场改变公司气候

力量分析：忠诚为公司保驾护航

把工作当成一种生活方式

荣誉至上：你就是企业的“形象代言人”

第十二章 第五级经理人——从优秀到卓越

归零心态：多一丝谦虚，少一丝自满

像老板一样思考，才可能超越老板的期待

认同公司的价值观，才能为公司尽心尽责

积极参与，为公司的发展献计献策

用手保证“做了”，用心保证“做好”

“及格”并不是终点，“卓越”才是目标

附录

责任精神测试

员工责任能力培养游戏

<<责任就是能力>>

章节摘录

“染色馒头”事件： 责任文化是建立和谐社会的基础 2011年4月，上海超市销售“染色馒头”事件备受全国人民关注。

据央视报道，多年来，上海一家馒头生产企业，生产馒头过程中添加色素、防腐剂，将白面染色制成玉米面馒头，工人还随意更改馒头的生产日期，这样的“染色馒头”每天生产3万个，进入上海多家知名超市。

据专家说，在糕点食品中，食品添加剂柠檬黄仅限用于糕点上彩和焙烤食品馅料，但用量有严格限制。

人如果长期或一次性大量食用色素含量超标的食品，可能会引起过敏、腹泻等症状，当摄入量过大，超过肝脏负荷时，会在体内蓄积，对肝、肾造成一定伤害。

这种行为在生产者自己看来，似乎并不是很严重，但他们忘了，对生产的不负责便是对社会的不负责，社会责任感的缺失必将导致企业走向破产，甚至要承担法律责任。

现代管理学大师彼得·德鲁克认为企业存在于社会的目的是为客户提供产品和服务，而不是利润的最大化。

企业的目的只有一个适当的定义：为顾客创造价值，满足客户的需求。

换句话说，企业的第一任务是承担社会责任，其次才是营利赚钱。

谁违反了原则，谁便可能被市场所淘汰。

社会是企业赖以生存、发展的土壤，企业只有心怀社会、勇担责任，才能促进社会环境的改善，从而为自身的发展赢得更多机会。

相反，如果企业缺乏大局意识，推卸社会责任，那无异于自断手足，甚至是自掘坟墓。

责任是企业的生存之本，也是建立和谐社会的基础。

作为社会基本成员的企业或个人，都应该竭尽全力、力所能及地承担自己应该承担的社会责任。

对于任何一个企业而言，其社会责任最直接、最持久的体现便是严格遵守行业规范，竭力为顾客提供最优良的产品与服务，做好社会大分工里的本我角色。

一家企业要做大、做强，就得从强化责任意识、努力做好自己开始。

提起中药，许多人都会不约而同想到同仁堂。

同仁堂是乐显扬创建于清朝康熙年间的一家药店，历经数代、载誉300余年。

同仁堂历经沧桑，“金字招牌”历久弥新，在于同仁堂人注重把责任熔铸于企业的经营管理之中，并化为员工的言行，形成了具有中药行业特色的企业文化系统。

“质量”与“服务”是“同仁堂”金字招牌的两大支柱，坚持质量第一、一切为了患者是同仁堂长盛不衰的最根本原因。

历代同仁堂人恪守诚实敬业的药德，提出“修合无人见，存心有天知”的信条，制药过程严格依照配方，选用地道药材，不管炮制什么药，都是该炒的必炒，该蒸的必蒸，该炙的必炙，该晒的必晒，该霜冻的必霜冻，从不偷工减料、以次充好。

代顾客煎药是药店的老规矩，冬去春来，尽管煎药岗位上的操作工换了一茬又一茬，但从未间断，也从未发生任何事故。

如在1985年，当时每煎一服药就要增加5分钱成本，但药店为方便群众，把这一服务于民的做法坚持了下来。

药店每年平均要代顾客煎药近两万服，此举深受患者和顾客欢迎。

一个企业，如果不懂得对社会对顾客负责，它的行为就会受到种种诱惑，为了谋取利润，它肯定会在产品等诸多方面进行“盘剥”，最终伤害到顾客。

这种目光短浅的牟利行为可能会在短期内为企业带来丰厚的利润，但这是以企业的信誉为代价的，最后受损害的还是企业自身。

马云说：“一个伟大的公司当然需要赚钱，但是光会赚钱的公司不是一个伟大的企业，所以企业家既要创造财富，又要影响社会。

在我看来一个企业要承担社会责任，并把这个社会责任贯穿于我们的工作中，我们要承担我们的责任

<<责任就是能力>>

，我们要推进这个社会发展。

”事实上，敢于担当责任的人，才能给人一种信赖感，值得人们去交往；敢于担当责任的企业，才具备踏实、开拓的精神，才能为社会带来和谐。

大爱无声，责任无言。

很多优秀企业得以发展壮大，深究起来，是责任文化缔造了这些企业。

在这些企业中，责任心驱动了执行力，执行力制造了业绩，业绩创造了价值，价值催生了利润，利润保证了发展，发展又为企业凝聚了更多的资源和机会，更好的发展和更强大的实力使企业能够为客户、员工、社会提供更好的回报。

没有责任，就没有一切。

员工必须培养自己的责任感，把责任当做一门学问来学习，企业必须建立自己的责任文化，把责任当做一种文化来传承！

唯有提高责任意识，才能构建和谐社会。

责任箴言 这个世界上的所有人都是相互依存的，只有所有人共同努力，郑重地担当起自己的责任，才会有社会的和谐和美好。

.....

<<责任就是能力>>

媒体关注与评论

每个人应该有这样的信心：人所能负的责任，我必能负；人所不能负的责任，我亦能负。

——林肯（美国前总统） 在工作中，每一个人都应该发挥自己最大的潜能，努力工作。

而不是耗费时间去寻找借口。

因为公司安排你在某个岗位上，是为了让你解决问题，而不是听你那些关于困难的长篇累牍的分析。

——杰克·韦尔奇（通用电气公司前CEO） 想干与不想干是有没有责任感的问题，是“

德”的问题；会干与不会干是“才”的问题，但是不会干是被动的。

是按照别人的要求去干；能干与不能干是创新的问题，即能不能不断提高自己的目标。

——张瑞敏（海尔集团CEO）

<<责任就是能力>>

编辑推荐

“ 责任 ” 是最基本的职业精神和商业精神。

责任反映能力。

没有做不好的工作，只有不负责人的人。

责任承载能力，一个充满责任感的人，才有机会呈现自己的能力；责任铸就能力。

你身上肩负的责任越多，你的成长就越快。

能力就越强。

《责任就是能力》正是针对种种现实，从“ 责任就是能力 ” 入手，认真剖析了责任对一个人、一个企业的重要影响，并从主动工作、价值管理、构建责任共同体、提高学习力、敬业、提升业绩、有效落实、对公司负责等方面解读优秀员工如何负责任，为员工提供了极具操作性的行动方案。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>