

文章编号: 1007-5399 (2018) 01-0045-02

邮政储蓄银行责任文化建设路径探析

朱敏

(中国邮政储蓄银行扬州市分行, 江苏 扬州 225000)

摘要: 责任文化是提升企业核心竞争力的必然要求, 文章以中国邮政储蓄银行扬州市分行为例, 阐述了责任文化建设的意义, 分析了责任文化建设的内涵, 并提出了中国邮政储蓄银行责任文化建设的途径。

关键词: 责任文化; 思想; 机制; 能力; 管理者

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

责任文化是提升企业核心竞争力的必然要求。中国邮政储蓄银行(以下简称“邮储银行”)扬州市分行结合自身发展实际, 进一步丰富责任文化内涵, 通过思想建设、机制构建、能力提升等举措, 尝试探索出一条符合邮储银行特色的责任文化建设路径, 以助推邮储银行转型发展。

1 邮储银行责任文化建设的重要意义

企业文化对于企业而言, 是灵魂也是精神, 更是一种动力。责任文化是企业文化不可或缺的一部分, 对于企业长远发展的意义毋庸置疑。近年来, 作为中国普惠金融事业的先行者, 邮储银行始终践行“普之城乡, 惠之于民”的社会责任, 为广大社会群体提供高效优质的金融服务。邮储银行需要以人为本, 从员工出发, 充分发挥员工的主观能动性, 加强责任文化建设, 切实增强员工的责任感和使命感。

2 邮储银行扬州市分行责任文化建设的内涵

从企业文化核心理念的角度看, 企业文化就像企业的性格, 企业的性格决定了企业的行为方式。企业责任文化就是企业性格的灵魂, 没有责任心、责任感的人无法立足社会, 而没有责任心、责任感的银行也同样不能为社会经济发展做出贡献。邮储银行扬州市分行结合自身发展现状, 对责任的概念进行了重新界定, 要求全行员工践行勤奋、协作、高效、担当的理念, 进而更好地指导全行的责任文化建设工作。

勤奋是要求每位员工在爱岗敬业的基础上更加努力工作。如果说爱岗敬业是对任何一名员工最基本的要求, 勤奋就是要求在爱岗敬业的基础上再多一份努力, 多一份付出, 多一份汗水。

协作是要求不同部门、不同岗位、不同员工之间最大程度地互相配合、互相支持。网点营业主管、理财经理、大堂经理形成铁三角, 在厅堂挖掘客户、发展客户是一种协作; 支撑部门为业务部门服务、中后台为前台服务、县行为网点服务也是一种协作; 业务处理与服务流程中上一环节为下一环节负责更是一种协作。协作能产生综合营销, 协作能提高工作效率, 协作能减少管理环节, 协作更能促进业务发展。

高效是要求每位员工提高工作效率, 缩短服务时限, 优化业务流程。每位员工包括行领导都要做到今日事今日毕, 每位员工都要对自己的岗位工作和领导要求做到第一时间落实到位, 最短时间完成。

担当是要求每位员工都要有责任心, 有主人翁精神, 维护单位利益, 对于领导交办的任务, 以结果为导向。

3 邮储银行扬州市分行责任文化建设的途径探析

近年来, 邮储银行扬州市分行已经逐渐认识到责任文化建设在企业文化建设中的重要意义, 并积极将责任文化建设纳入企业文化和机关作风建设中, 尝试探索一条符合监管机构要求和上级行发展部署, 契合自身发展历史, 具有邮储银行特色的责任文化建设道路。

3.1 以思想建设为先导, 营造责任氛围, 强化员工责任意识

邮储银行扬州市分行要求全行员工践行勤奋、协作、高效、担当的理念。每一位员工在自己的本职岗位上都要做到“我的岗位我负责、我的工作请放心”, 强化结果导向, 并落实到具体工作中。召开责任文化建设动员会议, 部门负责人、员工代表结合工作实际共同探讨如何深入责任文化建设, 切实将责任文化建设内容和要求进行宣贯和落实。让勤奋、协作、高效、担当四种理念内化于心, 外化于行, 在实际工作中变成自觉的行为, 在每个工作岗位上都认真完成本职工作, 给出最满意的结果。积极营造责任文化建设氛围, 通过读书、主题征文、讨论等活动形式, 切实增强员工责任意识, 强化员工责任感。

3.2 以机制构建为基础, 加强精细化管理, 培养责任文化

邮储银行扬州市分行将加强制度建设作为责任文化建设的重要抓手, 完善企业各项规章制度, 夯实制度基础, 不断加强精细化管理, 借以培养责任文化。规章制度是责任文化建设顺利开展的前提保障, 责任文化建设的过程也是邮储银行扬州市分行制度健全、规范和落实的过程。例如: 印发工作指南, 加强认识指导, 用一问一答的形式, 使员工深刻理解责任文化建设的重要性以及与工作中各个环节的紧密关系; 根据各部门查摆出的问题和整改措施, 制定责任文化建

设重点工作计划和部门承诺；建立综合考评机制，树立绩效导向；制定下发首问负责制工作制度，明确首问责任人工作职责，要求各部门、支行登记首问负责制接待台账，并对违规责任予以明确，通过加大考核力度，有效落实首问负责制。

3.3 以能力提升为主线，聚焦企业发展，践行责任理念

责任文化建设最终的落脚点在企业的发展上，要通过践行责任理念来提升全体员工工作能力，进而推进企业发展。一是加强政策解读，提升落地能力。针对上级意图的吸收不充分、公文精神理解及落实能力不足的情况，要求认真领会贯彻上级文件精神，加强政策解读能力，简单转发文件的一律退回，要求必须结合分行实际情况提出具体贯彻实施意见，细化落实方案，提升政策执行和落地能力。二是加强统筹能力，减轻基层负担。会议管理方面，以精简会议为目标，要求各部门每周提前报备会议安排，根据会议性质、参会人员等统筹安排，通过减少会议频次、视频会议等形式，切实减轻基层负担。如将责任认定现场检查与日常常规检查项目合并，集中工作日对某个县行进行检查等。三是加强职能上收，为县行减负瘦身。结合各县行实际情况稳妥推进职能上收工作，以县支行为试点开展放款审核、放款、稽核督导、差错处理、公司业务管理、财务会计职能上收工作，并在运行过程中开展回顾调研工作，试点运行情况良好之后面向全行推广。

3.4 以经营转型为核心，加大业务支撑，强化责任文化应用

企业责任文化建设的根本目的是发展，面对转型发展要求，邮储银行扬州市分行积极强化责任文化建设的效果运用，通过责任文化建设中生产关系的优化，达到生产力提高的目的。一是推行“四个融合”，加强综合营销。通过理财经理与经营性贷款客户经理的融合，理财经理与房贷客户经理的融合，信贷主管与营业主管的融合，柜员、大堂经理、理财经理的深度融合这四个融合方案，深度推进综合营销工作。二是开展网点挂钩帮扶，送审送训立责任。采取每周进网点，参加网点外拓项目等各种形式对市区支行进行一对一挂钩帮扶；开展送审到基层、送训到基层系列活动，送服务上门；每季度组织一次送技术服务到网点，对解决的问题通报全区，要求运维外包人员对辖内网点主动巡检，以提高对网点的技术支持能力，保障业务发展。三是岗位前移助营销，延伸责任担当。

3.5 以党员和中层干部为先锋，发挥领军作用，引领责任风气

要充分发挥党员和中层干部在责任文化建设中的先锋模范作用。这部分人是责任文化建设的关键，要成为企业价值观的化身，以身作则，通过自己的行动向全体员工灌输责任文化观念。

目前，邮储银行扬州市分行在职员工人数为745人，党员占比为32%，40岁以上党员占比46%。党员同志工作经验丰富，社会人脉关系良好，在全行的业务发展和管理工作中也要发挥正能量，起到带头作用，给年轻人做表率。

责任文化建设要抓出成效，各部门管理者起到比较重要的作用，因此对管理者提出四方面要求，即部门管理者要成为员工的良师益友、部门的合作伙伴、专业的权威能手、领导的参谋助手。管理者要率先垂范，站在全局的高度谋划工作，注重部门之间的协调配合沟通，杜绝推诿、扯皮现象，带领部门员工改进作风，提升服务基层能力。各级领导干部是第一责任人，要紧紧抓住部门负责人这个“关键少数”，时时抓、经常抓，逢会必谈、遇事必讲，不仅要去做，也要宣传，要在全体员工心中营造责任文化建设的紧迫感，使责任文化的理念内化于心，外化于行。

3.6 以主题活动为抓手，弥补薄弱环节，融入责任意识

针对目前员工责任意识欠缺、工作主动性不足等情况，邮储银行扬州市分行积极查找薄弱环节，以主题活动为抓手，有的放矢，攻坚克难，并形成长效机制。通过开展主题活动，强化员工责任意识，集中力量发动全行员工提升责任文化的各项能力，使全行管理水平和工作效率达到综合提升。如在“成本管控，人人有责”、“限时服务，从我做起”、“合规管理，人人有责”等主题活动中，各部门以能力、作风、机制三个要素为着力点，以勤奋、协作、高效、担当四个方面为衡量依据，开展本部门问题查摆工作。

4 结语

自2017年以来，邮储银行扬州市分行持续开展责任文化建设活动，并取得一定成效。截至2017年6月末，该行收入利润均超序时进度，实现自营收入2.98亿元，收入完成率52.3%；拨备前利润1.64亿元，利润完成率53.9%。公司存款本年净增9.41亿元，列系统内全省第一，日均净增计划完成率164.61%，列系统内全省第一；零售信贷业务全面完成了省行各贷种“春风行动”指标计划，有力补齐小贷、商贷短板；小企业贷款结余8.74亿元，年净增1.39亿元，提前超额完成全年净增目标；金融总资产净增21.19亿元，列全省第二位，全年目标完成率达到87%。

责任文化建设永远在路上，需要银行领导和员工共同努力才能取得预期效果。邮储银行扬州市分行将继续以责任文化建设为抓手，紧紧围绕勤奋、协作、高效、担当的责任理念，以转型发展为核心，以能力建设为主线，将责任文化建设作为一项夯基础的长远工作，形成长效机制，持续探索责任文化建设路径，不断调整方针政策，优化企业文化氛围，助推邮储银行转型发展。

参 考 文 献

- 1 田书源. 论新经济形势下的企业社会责任与企业责任文化. 经济体制改革, 2011, 1
- 2 赵连. 企业责任文化探索. 中国企业文化, 2009, 4

收稿日期: 2017-08-11

作者简介: 朱敏(1988~), 女, 安徽池州人, 硕士, 经济师, 主要从事企业形象宣传与品牌管理研究。