

五粮液建设人口计生文化体系的思考和实践

■ 朱瑛

全国计生协会企事业先进单位五粮液集团公司,在五粮液企业文化指引下,结合人口计生工作特点,建设具有酒企特色的人口计生文化体系:坚持一把手亲自抓,人力和财力双保障,落实领导责任制、部门责任制、工作责任制三种制度,建立干部激励、奖惩导向、服务导向、政策导向四大利益导向机制,全面开展政策咨询、计划生育、优生优育、生殖健康、生育关怀五大服务,构建具有酒企特色的“12345”人口计生文化体系。

企业人口计生工作在企业生存和发展过程中有着重要的地位和作用,新形势下,我们必须认真分析企业人口计生工作所面临的问题,大胆探索适应新形势新常态下的人口计生管理模式,针对难点和重点,采取一系列有效的措施,保证人口计生工作在企业稳定有序地开展。企业人口计生工作有很多成功案例,经过广泛的调研和深入的比较,我们认为,大庆油田和河北钢铁集团宣钢公司与五粮液集团公司有很多类似之处,可以学习和借鉴。针对五粮液集团公司实际,我们结合实际进行了分析,建设了具有酒企特色的“12345”人口计生文化体系。

五粮液人口计生工作的特殊背景

一是五粮液集团公司人口计生工作面临大而全的状况,形势复杂。五粮液集团公司是“酒业为主、多元发展”的特大型现代企业集团,2015年五粮液品牌价值761.26亿元,蝉联“中国品牌价值100强”第三名,居白酒制造类第一位。集团下属5个子集团公司、14个子公司,现有员工44956人,其中育龄妇女11936

人。集团公司现有流入人口9543人。五粮液十里酒城,就是一个小小的社会组织,人口计生工作看似单纯实则繁杂。

二是五粮液集团公司人口计生工作深受企业重视,地位相当重要。公司领导班子树立“抓计划生育就是抓经济发展”、“经济发展是硬指标,促进人的全面发展是硬任务”的科学理念,针对新时期的形势、任务和要求,确立了“以人为本、优质服务、全面发展、奉献社会”的人口计生工作发展思路,把人口计生工作与公司发展紧密结合起来,形成了独具五粮液特色的“企业主导、计生服务、部门配合、员工参与”的工作机制和“逐级负责、条块结合、奖惩兑现”的责任体制以及“纵向到底、横向到底”的工作网络。

三是五粮液集团公司人口计生工作成为建设五粮液企业文化的有机组成部分。在五粮液企业文化体系中,人口计生工作是满足员工日益增长的物质文化需要的重要保障,是建设五粮液企业文化不可或缺的重要组成部分。

建立机制,确定明确发展目标

人口计生工作必须服从于服务于企业目标。五粮液集团公司在经济高速发展的同时,面对新时期人口计生工作的新形势、新任务、新要求,始终坚持把人口计生工作作为履行企业社会责任、树立企业形象、提升企业发展能力的重要内容,建立了“以打造具有企业特征的人口文化为先导;以建立与现代企业管理相结合的工作机制为核心;以抓好合同制工人为主体的流动人口服务为重点;以广泛开展全程化优质服务为基础;以建立与社会经济政策相结合的保障体系为抓手,以实现促进人的全面发展为目标”的人口计生工作机制,有力推动

了人口计生工作的深入发展。

五粮液集团公司坚持把人口计生工作纳入打造企业文化、构建企业团队、树立企业形象、提高核心竞争力的重要内容,工作任务从传统的追求晚婚晚育、计划生育等控制人的指标转移到稳定低生育水平、统筹解决人口问题、促进人的全面发展上来,制定了符合政策生育率、生殖健康服务率、流动人口管理合格率、宣传教育普及率、员工满意率六个100%的工作指标和打造“关爱群众、健康共享”“生育关怀”两个公共服务品牌的发展目标,既完成了各项人口计生工作任务,又提升了员工素质,树立了企业形象,为公司科学发展提出了正确的发展目标。

深化改革,建设“12345”人口计生文化体系

随着经济体制改革和市场经济的不断完善,企业实现了由政府干预到市场调节发展的转变,这就要求人口计生工作必须适应新形势发展的需要,为此,公司坚持把人口计生工作与企业发展战略、生产经营、劳动分配、现代管理结合起来,建立“统筹协调、科学管理、优质服务、政策导向、人财保障”的管理机制,全方位、多层次、立体地建立起五粮液集团公司的“12345”人口计生文化体系。

一是坚持“一把手”亲自抓、负总责制度,坚持把人口计生工作纳入1号文件内容,确保人口计生工作在企业发展“一盘棋”地位。

二是认真做好人力财力双保障。公司每年投入几百万元用于计生工作,在各部门、车间、班组建立起主要领导任组长管理队伍、80多名专兼职干部组成的工作队伍和1200多人组成的群众志愿者队伍,建立了人口学校、服务

室、视听室、悄悄话室、流动人口之家等“五大阵地”。

三是建立了领导责任制、部门责任制、工作责任制“三种制度”,定期召开专题会议、定期通报、定期检查考核、定期兑现奖惩,把人口计生纳入科学管理轨道。

四是建立了干部激励、奖惩导向、服务导向、政策导向“四大利益导向机制”,努力提高干部和员工实行计划生育的自觉性和主动性。

五是全面开展政策咨询、计划生育、优生优育、生殖健康、生育关怀“五大服务”,为广大员工心理、生理健康提供了规范化、系统化的全程优质服务。

以人为本,拓展新的优质服务

随着改革开放、社会的发展和员工生活水平提高,广大干部群众对人口计生工作的思想认识、道德观念、行为方式和生活需求不断变化,对计划生育的优生优育、生殖健康、身体健康的需求日益提高,要求人口计生工作必须以人为本,从管理转移到为群众提供知识咨询、技术服务和生育关怀上来,为此,公司从单纯的计划生育服务拓展到全程系列服务。

一是开展社会政策、健康知识、生活常识“三大咨询”活动,先后举办员工座谈、专家讲座、定点培训500余场次。

二是拓展生殖健康、优生优育、幼儿早教、技术服务,实现了婚前健康检查、药物出生缺陷干预、女性生殖健康检查率100%、男性生殖健康检查率70%、幼儿早教率90%以上。

三是开展计划生育家庭、困难家庭“五访五问”,共发放各种慰问金50万元以上。通过优质服务,提高了员工计划生育、优生优育、生殖健康水平。

推行“签约医生”需解决“信任危机”

■ 廖海金

国家卫计委去年发布《关于进一步规范社区卫生服务管理和提升服务质量的指导意见》,提出到2020年,各地要力争实现让每个家庭拥有一名合格的签约医生,每个居民有一份电子化的健康档案。签约医生将来自二级以医院和基层医疗机构。《意见》还明确强调,要加强签约医生团队建设,根据辖区服务半径和服务人口,合理划分团队责任区域,实行网格化管理。

没有全民健康,就没有全面小康,这已成为社会共识。党的十八届五中全会提出了“健康中国”的理念,家庭和社区正是“健康中国”起步的地方。在这个意义上,让社区居民感受到家庭医生签约服务的实惠和好处,把常见病、多发病消灭在社区,不仅能让“看病难、看病贵”迎刃而解,而且会让“健康中国”早日来

临。

长期以来,社区医院、基层医院的冷清,家庭医生服务的缺席,加剧了医疗资源在城乡之间、大城市和中小城镇之间的分布失衡,加剧了由来已久的“看病难、看病贵”矛盾。现今,从国家层面部署进一步规范社区医生服务管理、提升服务质量,要求加强签约医生团队建设,推进签约医生团队与居民或家庭建立契约式服务关系,就是要改变医疗资源分布失衡的局面,满足居民多层次、多样化的医疗服务需求。试想,如果相当一部分的患者愿意接受签约家庭医生的服务,有点小病小疾的时候可以足不出户就能求医问药,不但给患者和家属提供了极大的便利,而且医院人满为患的现象也必然会得到大大的缓解。

其实,“家庭医生”在发达国家非常普遍。英国90%以上的居民由社区全科医生提供24小时预防、诊断和初步治疗保健服务,除急诊

外,一般专科治疗均需通过全科医生转诊。美国人有病必须先看家庭医生或全科医生,大型医院接诊的原则是急诊抢救和需手术者,且患者须持有全科医生的转诊单,住院天数不超过6天,出院后康复护理分流到社区医院。推行如此严格的家庭医生、社区首诊、分级诊疗、双向转诊制度,除了方便居民就医,更重要的是推进医疗资源的合理配置和利用,即“大病去医院,小病去社区”。

然而,家庭医生服务在国内尚未成熟,很多地方还处于试点阶段,推行家庭医生服务还面临很多现实困难和问题。比方,家庭医生的配置是否会“僧多粥少”、家庭医生的能力水平是否能适应家庭患者的需求等。这些或多或少制约着家庭医生的进一步推广。推行社区医生签约服务之所以会遇冷,根本原因就在于“信任危机”。一项最新的调查显示,仍有六成居民对社区医院医术和医疗条件感到“不放心”。从

这个意义上说,签约家庭医生的生命力在于其医疗服务水平,如果社区居民能感受到签约家庭医生服务的实惠和好处,常见病、多发病自然在社区就能解决掉,“看病难、看病贵”的问题自然也就迎刃而解了。

当前,于患者方便看病而言,各方需要扩大家庭医生的影响力,提升家庭医生服务的质量,让家庭医生赢得更多欢迎和支持。这就需要家庭医生不断增强服务意识,严格按照签约协议书的规定在既定时间内落实责任。而关键点,是要让家庭医生的技能水平基本满足患者就诊需要,避免家庭医生“好看而不中用”的情况出现,因而要加强家庭医生的业务培训、提高技术水平,还要让更多资深医院、医生加入到家庭医生服务行列,使家庭医生更具实用性、家庭医生队伍更加稳定充实。同时,“签约家庭医生”还需要一揽子的配套制度,包括建立严格的家庭医生职业准入制度,赋予居民对

家庭医生的选择权和评价权,以及对于可能是家庭医生误诊引发的纠纷,建立一个公正、专业的评判机制;尤其是要制定监督签约医生执业的法律性制度,建立借阅程序,搭建举报渠道,让签约家庭能够随时反映医生的违规违法行为,给签约家庭一颗“定心丸”。

值得注意的是,推进家庭医生签约不能只关注制度的功能设计,还需考虑到基层全科医生的权益,建立相应的激励机制,从待遇上、思想上、工作上关心他们,提高其积极性。令人欣慰的是,《意见》对此都有了比较明确的指向,比如规定:家庭医生签约服务费用主要由医保基金、签约居民付费和基本公共卫生服务经费等渠道解决,这种投入格局,有助于调动签约居民和家庭医生团队的积极性,将为我国家庭医生服务体系建设和提供坚实的保障。

(作者系江西省新余市渝水区食品药品监督管理局党委书记)

HR 空降兵如何在企业里生存发展

■ 建源

空降兵(泛指各类职业经理人)容易阵亡是业内的现状,当然各有各的死法,诸如有些直接摔在硬地上摔死,有些掉进沼泽里慢慢死,有些挂在树杈上落不下去而死,有些则落入水里挣扎淹死。

HR(人力资源)空降兵(一般指企业HR管理负责人)是空降兵的一种,工作也有其特殊性,比如一般都是面对企业里各种复杂的现状,各种各样的人(要和全公司所有的人打交道),各种各样的事,问题很多,而同时实际拥有的权力和权限并不大,老板的期望又比较高,所以要存活更是相当不容易。

大部分空降兵的死亡其实是在进入企业前就注定的,因为没有了解透彻要空降去的这家企业究竟是什么样的,老板的价值观和对工作思路的看法和你基本一致还是冲突很大;

老板要你去做的事情是否是你能力范围内的;老板是否同意授予你足够的权限去做事。所以,空降兵在选择降落一家企业前,一定要慎重,要尽可能详细了解情况,尤其是评估老板的观念、风格以及老板的真正需求。如果这些都做好了,活下去的机率就大大增加,进入后更多的是技巧和努力的问题。然后才是降落企业后的做法的探讨。

HR的工作比业务类的更加复杂,要面对整个公司的所有人所有事,因此务必要谋定而后动。

1、首先要在前期了解的基础上,真正摸透企业的情况,既包括大的方面也包括细节问题,而不要一上来就急着去改变、去改革,可以先从点上解决一些急迫的问题,但整体面上建议不要马上行动。

2、将了解到的情况做整体的梳理和分析,评估出:什么能做,什么不能做;先做什么,后

做什么;重要做什么,次要做什么。从大处着眼,整体分析计划,从小处着手,先做出一些成果,得到上下的认可,后面才更容易做更大的事情。同时要理性思考,不能只站在自己或仅仅事情本身的角度,要更多站在老板的角度和综合方面去看问题,才能更合理评估出该不该做,要怎么做。要有耐心,不能急躁,尤其是内部环境比较复杂、风格相对保守的企业,一定要做好长期斗争的准备。

3、希望多做事情的本意是好的,但是记住不要越权,不能过界,要清楚哪些事情只能看看提点建议但不能插手去做。做好自己权责内的事情,做好与其他人员的协同配合就行了。不管是在中国的企业还是其他更加开放的企业环境里,都还是有上下等级的区别、各自权限和分工,千万不要让你的无心被老板和同事认为是有意,从而导致工作开展的基础不稳固。

4、如果企业内部人际关系比较复杂,有山头派别纷争等,千万记得不要去掺合复杂的人际关系,老老实实做事,只对大老板负责。俞敏洪说过:“有人问我面对公司复杂的人际关系怎么办?我的回答是:在任何地方都是有人际关系的,只要你心里简单,就一切简单,做自己认为对的事情,不要参与到是是非非中去,做自己认为正确的事情,不要做违背自己原则迎合别人的事情。和同事们友好相处,不要在背后议论别人,提到别人多赞扬,就又能做人又能做事。”

5、要学会借势而为和趁势而为,不管是老板的势,还是员工的势,把你要做的工作变成是老板自己想做的或者员工们想做的事情,有的时候甚至要制造这个势出来。人力资源工作有术、道、势之分,术是如何做,指具体的工作方式方法;道是为什么要这么做,做什么,是工作的思路 and 规划;势是在

什么时候做最能做成。企业里做事情不能脱离实际,要选择在最合适的时机做最需要的事情,借势而为,才能得到企业上下的认同以有效推行下去。

6、不能一个人在办公室里埋头苦干,更多时候应该走出去和不同的员工交流沟通,不仅是从他们那里了解情况,更要把你的思路介绍出去,得到员工的支持。到了空降兵的层次,HR要做的最重要的事情,就是沟通协调、搞定人,而不是事情要怎么做的工具方法。事情最后能做成什么样子,往往不取决于工具方法,而是人,管理者和员工愿意不愿意做,配合不配合做。

总之,HR空降兵并非好干的差事,要在企业里好好活下去,只有找对平台、跟对老板、谋定后动、借势而为、积小成大,才能先存活,后发展,再跨越,使企业和个人得到双赢。

落实企业基层思想政治工作要做到准深细实

■ 汤兴

党的十八大以来,我国的经济政治形势发生了深刻的变化,呈现出新的态势。国家经济由几十年的高速增长步入中高速增长将成为一种经济新常态。适应新常态,理清新思路,创造新局面就成为摆在医药企业广大员工面前的新课题。随着我国经济发展进入新常态,医药企业面临着外部市场竞争加剧、内部深层次改革等多重压力的挑战。如何做好职工思想政治工作,凝聚改革发展共识,营造稳健发展氛围,激发企业发展活力,结合河南羚锐制药股份有限公司实际,笔者认为要注重“准”“深”“细”“实”几项工作。

一、掌控要“准”。准确掌控职工思想动态,是做好思想政治工作的前提。公司立足于关爱

职工成长、关爱企业发展,通过班前会和集中上大岗等多种途径,准确掌控职工思想变化。了解职工当班情绪和工作状态。每天班前会,先由职工进行思想情绪自我测评,并将自己的思想情绪表露出来;企业管理人员通过观察职工本人态度、询问具体原因、了解班组工友等四个步骤,评定职工当班的实际情绪,并弄清不良情绪的成因,从而对症下药,有的放矢地开展思想政治工作;建立职工基本情况台账,详细记录职工个人、家庭和社会关系等信息;建立职工思想动态登记台账,相关情况资料进行登记汇总;建立访谈记录台账,及时与职工谈心,了解信息并疏导化解矛盾;建立职工思想情绪分析、总结台账,及时排查出有思想隐患的不放心人,进行分类疏导、分级管理,使小问题不出班组,大问题不出车间,真正实现职工思想全过程管控。

二、沟通要“深”。思想问题具有隐蔽性,若不能及时发现解决,很容易发展成实质性问题,给思想政治工作带来不利影响。羚锐制药立足于与职工实现多维度思想交流沟通,及时组织基层访谈活动,注重化解矛盾,收到良好效果。公司还通过企业报刊《羚锐》《羚锐人》《羚锐营销战报》和设立基层专题宣传栏,将最新的市场变化、行业形势、企业经营动态、职工思想热点及建议等信息,在第一时间直接传递出来。同时,充分利用网络、手机等媒体工具,建立了“安全生产”“羚锐营销人”QQ群、微信群、KK等多种网络信息收集平台传递信息,及时掌握职工思想动向,并有针对性地做好职工思想疏导沟通工作。

三、疏导要“细”。对各渠道收集掌握到的职工思想动态,及时有效和深入细致地组织疏

导化解,以理清职工情绪,打消职工疑虑,引领职工思想,激励职工斗志。坚持形势引导面对面,对于因不了解形势而产生的认识上的误解,改变过去“大水漫灌式”工作做法,因势利导、因人而异,通过“网上交流”、“一帮一”帮扶等方式,组织基层管理人员深入车间班组、员工中,与生产、销售一线职工面对面交流,有效化解职工各种疑虑和难题。坚持心理疏导面对面,对于职工情感上的各种困惑,通过访谈、领导网上沟通交流等形式帮助职工化解,特别是在职工“情绪低落、有纠纷、遇到困难、岗位变动、受到批评”等特殊时期,进行重点谈话,答疑解惑。坚持问题化解面对面,对于职工因现实生活中遇到困难而影响情绪的,力争在第一时间进宿舍、进社区、进家庭进行化解解,特别是在职工“身体有病、家庭纠纷、发生意外事件、

请假逾期未归”等特殊时期,坚持主动“出诊”,帮助解决实际难题。

四、解决职工关切利益要“实”。不管市场多么严峻,形势多么困难,公司坚持不在职工收入和福利上打主意,承诺为职工办的实事好事,坚决一件件兑现,努力将思想政治工作与解决职工实际问题紧密结合起来。通过公司工会、党群工作部和羚锐老区扶贫帮困基金会等部门和机构,为职工提供全方位的关怀和服务。每年划拨专项资金用于组织开展困难帮扶、金秋助学、节日慰问等活动,为大病职工、特困职工、困难职工及其家属、子女实施帮扶救助。同时,不断加大民生工程投入,改进职工食堂和工作餐制度,完善后勤生活服务设施,持续提高职工工作、生活质量。

(作者单位:河南羚锐制药有限公司)