

聚焦责任担当 为职工建功立业搭建平台

中国二十二冶集团一公司工会组织在企业党委的统一领导和指挥下,大力弘扬劳模精神、工匠精神和引导职工树立企业共同体意识,紧紧围绕施工现场施工进度、重要节点、重要环节,合理安排职工上岗时间,组织开展“三保一比”劳动竞赛和技能竞赛,教育职工立足岗位、爱岗敬业,主动参与技术创新、降本增效、合理化建议、“五小”等活动,积极解决施工生产中遇到的各种问题,努力把疫情造成的损失补回来,落后的进度赶上去了,形成企业职工共谋发展的良好氛围。中国二十二冶集团一公司工会组织在打好疫情防控 and 促进企业实现高质量发展的“双战双赢”战役中书写合格的“工会答卷”。 (王悦)

送技术 送方法 精彩授课 增加安全风险辨识评估 “含金量”

12月2日,皖北煤电智能公司一楼会议室座无虚席,一场《安全风险辨识评估技术与方法》的精彩授课正在这里进行。值能智公司2023年度安全风险辨识评估工作如火如荼开展之际,由公司党委委员、安全副经理肖国刚担纲主讲的这堂课,为各单位有技术方法地开展好评估工作,送去了“及时雨”。何为安全风险辨识?何为危险源?何为重大危险源?危险源、事故隐患与重大危险源的关系是什么?授课过程中,肖国刚紧扣安全风险防控理论、安全风险分级防控方法两大重点,结合自身多年安全从业经历,从安全风险辨识的自身特点娓娓道来,通俗易懂,结合具体实例的授课,让听课人员既不觉枯燥乏味,又在潜移默化中学会了风险辨识的技术,掌握了正确开展评估的方法。

“工欲善其事,必先利其器”,在开展风险辨识这个节骨眼上,这堂课大及时,太必要了,回去听一遍还不过瘾,我专门拷贝了课件,回来仔细琢磨琢磨,一定把安全风险辨识在工作先做到位!

听过授课,采煤区党支部书记叶武忠收获颇丰,对于开展好本单位的安全风险辨识评估工作,也更自信、更有效啦!

据该公司安监处培训办主任周畅介绍,公司领导高度重视2023年度安全风险辨识评估工作,为将评估工作开展好,为2023年安全生产工作提供可靠保障,专门在风险辨识评估期间安排了这样精彩授课。课程讲授什么,要送到什么样的授课目标,全部进行了认真思考。作为具有丰富安全工作从业经验的党委委员、安全副经理肖国刚,亲自编制作课件,保证了整个课程的环境相扣,行云流水,从送技术、送方法的高度出发,入脑入心地帮助各单位管技人员开展了评估思路,掌握了有效方法。

副总监以上生产领导、各单位负责人聆听了此次授课。(胡云峰)

万源市井溪镇 牵线搭桥 助本地农产品稳销保供

“我的菜地里包菜、油菜菜、大白菜,已经成熟待售的预计有上千斤。这些菜不赶紧采摘就老了。多亏镇党委政府帮忙对接销售渠道,我只要照着订单保证供货就行。”钱学生是四川省万源市井溪镇鸳鸯塘村一名菜农,受近期气候反差大,农作物存储时间较长以往缩减的影响,遇上了销售难题。正在他发愁之际,井溪镇镇党委政府帮助他对接了本地的采购大户,地里的菜一天不愁卖了。

当前,正值本地农产品大量上市。这几天,包菜、油菜菜、大白菜等优质高颜值蔬菜陆续成熟,但受信息不畅与交通堵塞影响,成熟的农产品与近期采收的当季鲜菜只能“待字闺中”。为此,井溪镇开辟绿色通道,积极对接产销两端,打通农产品内销渠道。

据了解,获悉农农的实际困难后,井溪镇积极摸排,摸清需求,登记在册。同时多渠道发布信息,对接各方资源和需求,主动找客商,牵线搭桥对接爱心企业采购各类农产品,尽最大努力帮助农户解决农产品销售难题,确保农产品销得出去。

“本地农产品物美价廉,在井溪镇镇党委政府的牵线下了,我们第一时间制定了本地农产品的采购清单,按照市场价对接的农户按需供货。”达州市供货商丁下属企业产销农产品有限公司负责人孙明均介绍,该公司同鸳鸯塘村达成了收购意向,目前已帮助鸳鸯塘村农户对接高菜、蜂蜜等农产品1万余斤。

与此同时,为拓宽全镇农产品销售渠道,井溪镇积极对接爱心企业,开展农户保供活动,让有需要的企业认购农户的蔬菜,同时也保障企业职工生活物资,让职工安心工作。

接下来,井溪镇还将继续拓宽渠道,进一步加强农产品监测溯源,产销联动,打通农产品销售渠道,最大程度做好农产品稳销保供工作。(马发海)

党建领航鼓干劲 高效保供稳大盘 ——华荣能源物资公司党委凝聚攻坚力量决胜“收官战”纪实

■ 郑祥清 马晓燕

进入四季度,川煤集团华荣能源物资公司全力以赴,协力进发、拼搏实干,攻坚冲刺,处处涌动着打赢收官战、确保全年目标圆满完成的奋进热潮,一股蓬勃发展的气势扑面而来。

物资公司党委按照华荣能源公司党委统一部署,聚焦“把方向、管大局、保落实”的职能定位,立足“管理、服务”两大主营业务,精准部署落实“路徑图”施工图,持续做好“优质服务”和“安全保供”两篇文章,有效推进党建工作与物资供应管理相融共进,用实际行动践行能源保供“粮草先行官”的使命担当,铆足干劲在华荣能源公司全年“满堂彩”中拼出作为。截止到11月末,库存较去年同期下降42.5%,物资采购合格率99.69%,协议代储1.05亿元,货到到货7742万元,代储出库3039万元,以实际行动为华荣能源公司高质量发展作出了物资贡献。

“清单化”管理 聚焦中心扛责上肩

实行“清单化”工作法,职责明确、任务清晰、措施具体,推进党建工作提质增效,一是明职责。坚持物资部、细安排,严格落实。10月27日,物资公司党委召开党建工作例会,认真落实华荣能源公司三季度党委中心组(扩大)学习会议精神,紧紧围绕华荣全年奋斗目标做好物资文章,持续抓好党建统领,列出清单28个大项、96个小事项,党建重点任务清单,运用“责任、目标、考核”三张清单,做到党建工作与中心工作统筹推进、深度融合,二是强化督导检查。每月抽查检查党建



●员工正在对回收的托辊支架进行修理回利

重点任务推进情况,注重党建重点任务清单的“严肃性和权威性,未完成目标任务,扣减绩效工资3-10%,督促基层党支部“粮草先行官”的使命担当,打造“数字化部署、数字化管理、数字化检查、数字化考核”工作格局,推动党建工作由“软任务”变成“硬杠杠”。

“项目化”推进 打造硬核战斗堡垒

物资公司党委把生产经营项目的招投招标式引入党建工作,实施党建项目化管理,一是党建项目内涵发展,各基层党委围绕巡察“事实”一个项目,解决一个难题、培育一个典型、形成一个机制,创建一个品牌”的工作目标,结合四季度物资保供、疫情防控、安全管理等重点工作任务,深入开展党员“亮身份、亮承诺、亮业绩”活动,党员突击队、党员志愿队、党员服务队、“红帽子”积极参与迎峰度冬保供、志愿服务等中心工作,筑牢物资保供先锋二是强化督导检查。每月抽查检查党建

示范、思想示范、业范示范、形象示范,确保党建攻坚项目不搞形式、不走过场,真正落实在行动上,落实在节点上。二是积极选树先进典型。立足物资公司党员“红帽子”在疫情期间绽放出动人风采的实际,讲好物资故事、讲好保供故事,大力宣传优秀党员先进事迹。4名党员志愿者的事迹被《方志四川》《文学川军》《企业家日报》等媒体相继报道,营造了学先进、比贡献、保供应、创佳绩的浓厚氛围。三是打好防疫保供硬仗。11月,达竹片区部分矿厂受到新冠疫情的严重冲击,达州分公司党支部充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,坚决按照华荣能源公司和物资公司等上级部署,迅速响应、主动作为,同仇敌忾,共克时艰,科学处置、有效防控,千方百计做好物资保供的同时,积极参与核酸检测、防疫宣讲,防疫巡视,困难帮扶等防疫行动,全力当好疫情防控“排头兵”,做好矿区职工群众“守护者”。

“融合化”赋能 做深做实创效文章

找准党建与企业管理之间切入点、融合点,推动基层党组织与管理深度融合互促。一是持续夯实基础保障。11月22-24日,该公司党委书记和班子成员深入达州、广安等分公司,开展形势任务宣讲,面对面与员工谈心交心,动员全体员工踔厉奋进,用高质量保供、高质量服务,完成高质量目标任务。二是激活协同创新发展效益。今年以来,四川疫情反复对物资保供提出了更高要求,物资公司各级党组织党建引领同心抗疫,让党旗在一线高高飘扬,力解保供“燃眉”之急。攀枝

花分公司党总支建立了“四个预警”工作机制,截至11月末,签订代储协议并确定代储明期137家,金额3869.09万元。广安分公司党支部在“党建+安全、疫情防控、保供、代储”上做文章,发动党员先锋在前担当作为。广分公司党支部面对10月以来连续3次疫情影响,圆满完成疫情防控期间片区安全生产物资及时配送。宜宾分公司党支部及时解决了新维矿业公司单体支柱、采煤机、刮板运输机和叙水一矿1545安装工作面支架检修等生产急需物资,促进宜宾片区矿厂补齐欠账、缩短差距,扭转被动局面。

“品牌化”建设 放大示范引领效应

物资公司党委围绕中心工作,大力推进党建品牌建设,广泛开展党员责任区、党员先锋队、党员示范岗争创活动,总结提炼独具物资特色的“赢鑫”“亮身份”“践诺”“包矿保供”“赢鑫”“亮身份”“党员示范岗”“党员志愿服务队”“星级保管员”“等级装卸工”“安全之星”等党建品牌,形成一些实用、管用、成熟的好做法、好经验,上升为引领性工作推进推广,构建党建创新创优长效机制。

“包矿保供”是物资公司各基层党组织和党员在工作实践中提炼出的最独具特色的党建品牌,核心就是实施高质量服务提升行动,打造“有求必应、有应必善、有疑必解”全链条闭环管理模式。1-11月,物资公司及5个分公司党政班子成员、相关部门负责人和业务人员深入矿厂并下走访调研756次,解决231笔矿厂急需物资,催货471批次,处理质量争议51起,挽回经济损失150余万元。

“果叔”凭借什么“火” ——专访中国著名干鲜果市场拓展专家刘凤丽

中国知名干鲜果企业、领军企业果叔生态农业有限公司(以下简称“果叔”)联合创始人刘凤丽的带领下,“国产品牌”果叔”现已发展成为中国干鲜果市场的知名品牌。“果叔”正逐步走入更多中国人的果盘之中。就此,笔者专访了“中国著名干鲜果市场拓展专家”刘凤丽,了解打响“果叔”品牌背后的市场逻辑。

目前,在中国干鲜果零售市场,“果叔”在刘凤丽的打造下已经成为中国干鲜果行业一个非常有影响的品牌,具有领军实力的一线品牌。在东北、华南等各具特色的主要省份和城市,果叔都设有自己的门店。到目前为止,加盟店+直营店已经达到1500余家,在中国已经形成“吃水果,找果叔”的品牌号召力。在2022年,“果叔”品牌的鲜果销售业绩创下历史新高,年销售额达到30亿元,经营业绩遥遥领先同行。

“果叔”凭借什么能够在激烈的市场竞争中取得如此惊人的成绩?有以下几个方面的因素。

首先,一个品牌的成功,其背后一定围绕着一个关键的驱动力。为了让“果叔”的品牌影响力能够行稳致远,刘凤丽担任果叔生态农业有限公司执行董事,她对“品牌”的推广和运营有着前瞻的判断。她结合市场的发展形势,把握时机,从细节处修内功,在产品引进、物流维护、销售网络搭建和市场竞争格局的分析等方面给出了一套完善的产业发展战略,最终成就了“果叔”品牌在当今中国干鲜果市场上的辉煌成就。

其次,“果叔”品牌的光彩亮丽是各方面品

牌成长营养浇灌的结果。果叔生态农业有限公司是湖南干鲜果领军企业新福果集团的控股子公司,新福果2022年营业额超800亿元,在新疆当地经营6大种植基地,8大加工仓储基地,11大交易批发市场。新福最优质的鲜果农产品能过果叔生态农业有限公司强大的市场网络输送到全国各地。在上游端,“果叔”意味着最优质的干鲜果品质;在中下游消费端,吃“果叔”的干鲜果就意味着健康的保证。

最后,品牌就是离不开一个懂行的专业人士支撑。刘凤丽就是“果叔”品牌成长道路上那位至关重要且专业的掌舵人,是“果叔”品牌背后的灵魂人物。“果叔”的发展为有刘凤丽的加持助力,斩获了快速路身国内行业前三甲的辉煌业绩。

对此,中国干鲜果行业的专家学者以及市场一线的专业人士,都曾先后对中国水市场出现的“果叔”现象给予了高度关注,对刘凤丽给出了非常高的评价。专家学者们借助现代商业品牌学的方法,对刘凤丽的经营策略和经营之道进行了全方位的分析,最终得出一个宝贵的结论,即“果叔”品牌向广大消费者的输出,背后需要强大的资源支撑作为营养,更需要刘凤丽宝贵的市场拓展经验和不忘初心、灵活多变的市场管理能力,才有可能出现品牌在市场开花结果的良好发展局面。

在后疫情时代,面对更加激烈的市场竞争环境,刘凤丽表示,“果叔”品牌在当今更加优质的干鲜果果品,回馈广大消费者,让消费者永远树立对“果叔”的品质信心。(张蓝)

▶▶▶【紧接1】

坚定中国式现代化前进方向 奋进民营企业现代化建设新征程

坚定信心、迎难而上,踔厉奋发、勇毅前行,是新时代的勇气,是社会的福气,更是民营企业赖以长久、高质量发展的福气。民营企业要积极参与承担社会责任,在依法合规经营、创造价值、履行义务的同时,坚持发扬斗争精神,开展好自我净化、自我完善、自我革新、自我提高,以自我革命引领企业在安全生产、绿色发展、生态文明建设方面主动突破、主动超越,主动提升发展质量和效益,当好新时代文明和精神文明建设发展的“排头兵”。

坚定中国式现代化前进方向,就是要始终坚持绿色发展。中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化——这为中国式现代化赋予了绿色、低碳、可持续发展的丰富内涵。《易》经强调“天地之大德曰生,圣人之大宝曰时,地之道生万物,人之道成万物”。人与自然和谐共生彰显了中国式现代化的自然和文化底蕴,为新时代生态文明建设指明了方向,明确了目标,提供了根本遵循。

这是民营企业在新时代所拥有的福

量,资源消耗低、环境污染少的绿色生产方式,打造经济增长绿色引擎,把国家绿色发展的“路线图”变成企业的“成绩单”,努力实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的未来。

要始终坚持积极主动承担社会责任,着力共建和谐社会。世界好,中国才能好;中国好,世界才更好。中国式现代化是走和平发展道路的现代化,这是根植历史和现实、顺应时代发展潮流作出的必然选择。中国好,民营企业好,民营企业是中国特色社会主义市场经济的重要组成部分,企业承担社会责任是企业的本质要求,更是实现中国式现代化的需要。

这是民营企业在践行社会责任上表现的豪气。这家气不仅仅表现在救灾义捐、扶贫攻坚,更多的是表现在勇于担当、甘于奉献。要坚持以人为本,促进企业内外部和谐。民营企业是国民经济的生力军,在构建和谐社会中发挥着重要作用,要积极参与实施美丽乡村建设,在解决城乡差距、城乡差距、收入差距等问题上体现民生担当,做和谐发展的实践者;要积极参与公益慈善等活动,不断丰富公益形式,深化公益领域内涵,做主动承担社会责任的引领者,在回报国家、回报社会、回报人民中实现企业的价值使命。

“上下同欲者胜,风雨同舟者兴。”历史告诉我们,中国式现代化道路不是走对、走得通,而且一定能够走得稳、走得好。而向新时代,民营企业一定要把党和政府的各项决策部署贯彻落实到企业发展中去,弘扬劳模精神、工匠精神、工业精神,挺起企业发展的脊梁,坚守“产业报国、实业强国”的初心,在民营企业现代化建设的道路上,始终坚定中国式现代化前进方向,为全面建设社会主义现代化国家作出应有的贡献。

党的二十大报告强调“深入开展法治宣传教育,增强全民法治观念”,凸显了普法工作在法治国家建设中的重要地位和工作。我国关注企业普法始于“三五普法”(1996-2000)时期,当时为促进社会主义市场经济的健康发展,把企业经营管理人员纳入了普法重点对象。“五五”普法(2006-2010)规划中首次要求组织“法制六进”法制宣传教育主题活动,明确提出企业普法任务。20多年来,企业普法已取得显著成效,但仍存在诸如针对性实效性不强等突出问题。2020年在中央全面依法治国工作会议上,习近平总书记特别指出,普法工作要在针对性实效性上下功夫。这为新时代深入推进企业普法工作指明了方向。反思20多年的企业普法实践,笔者认为,提高企业普法的实效性须着力做好“三个结合”。

一是把普法活动与企业特点相结合,强化普法的自主性。企业与机关、乡村、社区、学校等普法对象相比,明显具有自己的特殊性。首先,企业普法要围绕增加效益这个中心工作。企业是经济组织,以追求利润的最大化为目标,企业开展的一切工作都要围绕这个中心。离开了企业效益这个中心工作,普法工作就难以持续有效开展。其次,企业类型差异较大。企业有规模大小之别,实力强弱之分,经营范围不同,组织架构各异,不同企业的管理方法、营销手段、人员素质等千差万别,开展普

法工作必须适合企业实际。最后,企业所属行业不同其法律需求也不同。行业不同,企业普法普及的方向和重点也不同。企业需要普及教育与行业相关的法律法规,将行业大法的教育贯穿于普法教育的始终。因此,各个企业开展普法的条件、环境、大法的的需求各不相同。企业普法的大法必须由企业掌握,由企业自主规划、安排普法工作,才能增强企业普法的自觉性。

为增强企业普法的自主性,需要从两方面入手。其一,扩大企业普法自主权。企业在完成司法行政部门或行业主管部门普法“规定动作”之外,要主动“自选动作”,让其根据自己的资源条件、行业特点、作息规律等探索适合自己的工作法,合理安排普法工作的规模、进度、时间、内容、方式,灵活开展普法教育,将普法教育与各项业务紧密地结合起来。其二,把普法活动融入企业工作的各个环节。普法工作要渗透到生产经营、管理、销售的各个环节及制度完善和实施的整个过程中,使各项工作更加规范、细致,合规普法,尽可能防范法律风险,使企业减少损失,增加效益。

二是把普法内容与企业管理相结合,强化普法的针对性。“需要是最好的老师”,针对特定的法律需求开展普法工作,是强化普法实效的最有效的路径。企业中的不同人群都有各自的岗位责任、业务范围和兴趣爱好,都有着自己对法律知识和法律运用上的需求,如果能针对不同主

体的需求,开展相应的普法工作,就能触发其兴趣,引发其关注,促使其自觉投入更多的时间、精力参与学习培训,也就能取得更好的效果。因此,企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

■ 谭新政 曹洪东 朱则荣

党的二十大报告提出:“完善中国特色现代企业制度,弘扬企业家精神,加快建设世界一流企业。”将企业家精神放在了提高我国企业世界竞争力的突出关键地位。

奋力谱写关键时期的新时代 企业家精神坚守与担当

近三年来,我国企业经历了与持续多发的新冠肺炎疫情反复博弈,这是一种举国上下的全面战斗,企业作为市场主体在其中发挥着主力军、生力军的重要作用。

受疫情影响导致的全国多个城市经济停滞或暂停,产业链断裂、产销链不时发生中断与断后,同时国际市场形势严峻复杂,企业的生产经营活动、市场发展与经济收益都出现了大面积的严重滑坡。

在这场持续的疫情之中,最难得可贵的是我国企业在这一关键时期所展现和体现出的宝贵企业家精神,企业是这个多灾多难时期的重要时代守护者之一,是社会经济运行发展周期中的重要“压舱柱”之一。

因此,越是在这样的艰难时刻,我们越要大力弘扬企业家精神,高度赞扬企业

■ 四川省委党校法学部 杨树林

党的二十大报告强调“深入开展法治宣传教育,增强全民法治观念”,凸显了普法工作在法治国家建设中的重要地位和工作。我国关注企业普法始于“三五普法”(1996-2000)时期,当时为促进社会主义市场经济的健康发展,把企业经营管理人员纳入了普法重点对象。“五五”普法(2006-2010)规划中首次要求组织“法制六进”法制宣传教育主题活动,明确提出企业普法任务。20多年来,企业普法已取得显著成效,但仍存在诸如针对性实效性不强等突出问题。2020年在中央全面依法治国工作会议上,习近平总书记特别指出,普法工作要在针对性实效性上下功夫。这为新时代深入推进企业普法工作指明了方向。反思20多年的企业普法实践,笔者认为,提高企业普法的实效性须着力做好“三个结合”。

一是把普法活动与企业特点相结合,强化普法的自主性。企业与机关、乡村、社区、学校等普法对象相比,明显具有自己的特殊性。首先,企业普法要围绕增加效益这个中心工作。企业是经济组织,以追求利润的最大化为目标,企业开展的一切工作都要围绕这个中心。离开了企业效益这个中心工作,普法工作就难以持续有效开展。其次,企业类型差异较大。企业有规模大小之别,实力强弱之分,经营范围不同,组织架构各异,不同企业的管理方法、营销手段、人员素质等千差万别,开展普

法工作必须适合企业实际。最后,企业所属行业不同其法律需求也不同。行业不同,企业普法普及的方向和重点也不同。企业需要普及教育与行业相关的法律法规,将行业大法的教育贯穿于普法教育的始终。因此,各个企业开展普法的条件、环境、大法的的需求各不相同。企业普法的大法必须由企业掌握,由企业自主规划、安排普法工作,才能增强企业普法的自觉性。

为增强企业普法的自主性,需要从两方面入手。其一,扩大企业普法自主权。企业在完成司法行政部门或行业主管部门普法“规定动作”之外,要主动“自选动作”,让其根据自己的资源条件、行业特点、作息规律等探索适合自己的工作法,合理安排普法工作的规模、进度、时间、内容、方式,灵活开展普法教育,将普法教育与各项业务紧密地结合起来。其二,把普法活动融入企业工作的各个环节。普法工作要渗透到生产经营、管理、销售的各个环节及制度完善和实施的整个过程中,使各项工作更加规范、细致,合规普法,尽可能防范法律风险,使企业减少损失,增加效益。

二是把普法内容与企业管理相结合,强化普法的针对性。“需要是最好的老师”,针对特定的法律需求开展普法工作,是强化普法实效的最有效的路径。企业中的不同人群都有各自的岗位责任、业务范围和兴趣爱好,都有着自己对法律知识和法律运用上的需求,如果能针对不同主

体的需求,开展相应的普法工作,就能触发其兴趣,引发其关注,促使其自觉投入更多的时间、精力参与学习培训,也就能取得更好的效果。因此,企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查,个别征求意见等途径了解企业的法律需求,精准制定普法计划和确定普法内容,针对性地开展普法工作。

企业法律需求一般包括两方面:一是由企业行业类型决定的经营管理活动所需要的法律;二是企业从业人员与其岗位职责相关的法律需求。这两种法律需求始终统一在企业普法对象上。因此,企业的普法工作要充分结合不同人群的需求,坚持分层次、分类别提高其法治意识和能力。首先,将企业领导干部作为普法重点。企业高层领导干部是企业发展的关键少数,他们的法治素养直接关系到企业的依法治理,也影响着企业普法工作的开展。对企业高层领导干部应深入开展习近平法治思想学习,把宪法法律、党内法规及与企业相关的基本法律制度等作为普法重点,坚持把提高法治观念和法治能力作为法治宣传教育的关键。其次,重视对企业管理人员的普法教育。组织管理人员学习与企业生产经营管理相关的民法典、安全生产法、招投标法、劳动合同法等,以增强其依法管理企业各方面工作的能力。再次,突出重点岗位人员的专门法律知识的普及,对容易与员工发生争议的招投标、财务、质检、采购、销售等岗位人员进行专题普法教育,以增加其专业法律

知识,更好预防法律风险的产生。最后,强化与普通职工关系密切的法律知识的普及。面对人员众多的普通职工,并不需要系统全面普法,而应紧紧围绕其日常生活中实际发生的法律风险。企业普法前可以通过在沟通、问卷调查