

坚持“六赛六推进” 充分发挥企业劳动竞赛的积极作用

□ 张丽英

当前,随着国企改革不断深入,企业仍面临市场竞争的严峻考验,在这种社会大背景下开展劳动竞赛,我们企业必须紧紧围绕生产经营中心工作,突出工作重点,以“六赛六推进”为主要内容,真抓实干开展竞赛活动,使竞赛活动真正成为广大职工施展才能、创造业绩的舞台,大力促进企业各项任务的圆满完成。

1、赛经济效益,促企业又快又好发展,推进综合性劳动竞赛活动。企业紧紧围绕持续平稳发展目标的实现,以提高企业经济效益为出发点,大力开展“五比”(即“比效益、比质量、比安全、比管理、比运行”)为主要内容的综合性劳动竞赛活动。企业要凝聚各方力量,在竞赛活动实施上抓好重点项目、重点岗位,抓住重要环节、重要时段,关爱职工、服务一线,切实做好服务保障工作激发参赛单位和基层职工的热情,使竞赛活动成为推动重点任务完成的强大动力,推动企业挖潜增效、增收节支、练好内功、夯实基础,从而不断增强企业的市场竞争能力和抵御风险能力,有力地促进企业的持续稳定发展。

2、赛节能减排,促企业成本降低,推进“我为节能减排做贡献”活动。节约资源、保护环境,是加快经济方式转变、提高可持续发展能力的

重要手段。为发展循环经济、建设节约型企业,企业可广泛开展“我为节能减排做贡献”活动,围绕本单位节能减排、降耗增效的总目标,量化本单位节能减排达标竞赛活动方案,把节能减排的目标、任务、措施分解到企业、车间、班组和岗位,层层开展达标竞赛活动,推动节能减排工作深入开展。通过开展“节约一滴水、节约一度电、节约一方气、节约一升油、节约一张纸、节约一分钱”节能减排主题活动,在职工中进一步加大节能减排知识的宣传普及,引导职工增强节约意识和环保意识,帮助职工掌握节约技能,不断提高能源资源综合利用效率。

3、赛创新能力,促企业技术创新,推进群众性经济技术创新活动。创新是企业发展的源泉,一是立足基层班组,开展知识型、技能型、创新型班组竞赛活动,争创“创新示范岗”,争当“创新标兵”;二是在职工中广泛开展以“五小”为重点的技术创新竞赛,开展“小革新、小发明、小改造、小设计、小建议”以及小核算、小节约、小经验活动,鼓励职工在技术创新的实践中发挥聪明才智;三是举办职工技术创新成果展,大力推广先进适用技术和先进操作法,以评选工人发明家、“十佳”工人技师、技术创新能手为激励,充分发挥一线劳模、能工巧匠、技术带头人的示范引领作用;四是广泛开展

形式多样、职工喜闻乐见的建言献策群众性合理化建议活动,不断提高职工合理化建议的参与率、采纳率、实施率和贡献率。

4、赛敬业奉献,促劳模精神发扬光大,推进“评先树模”活动。劳动模范是时代先锋和行动的楷模,群众性劳动竞赛锻造了劳动模范。企业要善于发现和及时选树在企业劳动竞赛活动中涌现出来的先进模范人物,充分利用报纸、广播、电视、橱窗等宣传阵地,大力宣传他们的先进思想、优秀品质和模范事迹,并加大对劳模先进人物的表彰奖励力度,大力弘扬劳模精神,进一步营造尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的良好风尚。通过开展劳模标兵事迹报告会、制做劳模标兵专访节目,引导职工群众崇尚劳模、学赶先进、争创一流,保持工人阶级昂扬向上、奋发进取的精神状态,激发广大职工的责任感和劳动热情。

5、赛岗位技能,促职工队伍素质提高,推进职工技能提升活动。企业发展的核心竞争力归根结底是职工的综合素质。企业通过举办不同层次、不同类别的技能培训班,不断提升职工的业务技能和实际操作水平。通过定期评选技术能手、技能晋级一帮一、导师带徒、评选“首席技师”、“技能带头人”、专项奖励立足岗位自学成才者等多种形式,鼓励职工学习新技术、掌握新技能、争当高技能人才,

引导职工不断提高创新意识和创新能力。同时以“创建学习型组织、争做知识型职工”活动为载体,在职工中广泛开展岗位练兵、技术比武、技术交流等活动,掀起学技术、比技能、创一流的热潮,把造就高技能人才与普遍提高职工技能水平结合起来,努力建设一支适应现代化建设要求的高素质职工队伍。

6、赛安全生产,促企业平稳运行,推进“安康杯”竞赛活动。企业可结合实际,开展以“五个一”为主题的“安康杯进基层、到班组”竞赛活动,即“下发一本知识手册,进行一次学习讨论,开展一次实践演练,查处一项安全隐患,提出一条合理化建议”活动,积极开展企业安全卫生知识普及教育,特别要在职工中普及安全卫生知识,遵守操作规程和劳动纪律,进一步增强职工的安全和自我防范意识,发动基层班组对现场劳动保护措施和安全制度执行情况进行自查,并充分发挥劳动保护监督检查员的作用,查处安全隐患,防止和遏制各类事故的发生,发动和组织职工完善安全生产措施,对安全生产及劳动保护状况提出合理化建议,为解决问题、整改隐患提供有力保证,充分调动广大职工参与企业安全生产的积极性。

(作者单位:自贡鸿鹤化工股份有限公司党工部)

企业思想政治工作 要在创新中发展

□ 巩家贵

创新,是一个民族的灵魂,是一个企业发展的强大动力。企业要创新,要建立现代企业制度、转换经营机制和加强科学管理,无一不同企业思想政治工作密切相关,所以企业党组织的思想政治工作也要创新。思想政治工作的创新要从以下几个方面展开。

第一,正确估价思想政治工作在现代企业制度中的作用。它可以保证企业的正确发展,可以为企业的创新提供强大的精神动力,可以为企业内部创造良好稳定的工作环境。还必须看到,随着生产的社会化、现代化和科学技术的发展,精神动力对于企业的发展具有越来越重要的意义。在企业内部,要做到“四靠”,即靠领导的人格力量、表率作用影响人;靠党员的先锋模范作用、示范力量带动人;靠关心、理解、尊重的情感力量温暖人;靠培养集体主义的群体力量凝聚人。

第二,新时期思想政治工作必须坚持重在创新,紧紧围绕经济建设这个中心来进行,着眼于人的素质建设。不能把思想政治工作仅仅理解为“解决人的思想问题”,把工作对象仅仅局限于“有思想问题的人”,而是应该从促进人的全面发展出发,把全面开发、提高职工的思想道德水平和科学文化素质的重任承担起来。

第三,思想政治工作要坚持以人为本。人才是创新的基础,任何先进的科学技术都是靠人来发明创造的。一是要稳定和激活企业的现有人才,将其潜能充分发挥出来。二是要着眼于未来为创新培养青年人才,当今时代是终身学习的时代,要引导职工们必须不断学习,在工作实践中成才。三是要营造良好的政策环境,包括社会环境、舆论环境,支持创新,鼓励创新。

第四,对于一个企业来说,制度创新是企业发展的保证,技术创新是企业发展的动力,没有一种适合企业成长的制度,企业是不可能发展起来的。首先,是建立一个有坚强统一的领导核心。二是定一个科学的远、中、近期战略目标。三是制定一套好的企业制度、企业文化、激励约束机制,最大

限度地调动职工的积极性,以保证战略的实施。要想使企业的创新能力不断提高,就必须从企业组织和管理两个方面入手,不断推进技术创新。

第五,企业思想政治工作要始终不渝地坚持为职工服务的观点,以职工满意为标准,解除他们的后顾之忧,让他们有更多的精力投入到工作上。这就要求我们做职工群众的知心人,留心观察,潜心探索,紧贴实际,心心相印,真正把握职工群众的困难,使职工们感觉到企业的关怀,组织的温暖,更加振奋精神,爱岗敬业,心情舒畅地努力工作。建立平等、友爱、团结、互助的良好关系,营造和谐融洽的心理气氛,让企业的思想政治工作起到春风化雨、凝聚人心的作用。

第六,思想政治工作要坚持理论创新,不断开拓新境界。体制创新、科技创新及其他创新都是在理论创新的指导、推动和影响下进行的,当前,国内改革开放日益向纵深发展,社会主义市场经济体制逐步确立,人们的生产和生活方式越来越多样化,社会政治、经济、文化领域的新情况、新问题层出不穷,这一切都要求我们必须以科学发展观为指导,解放思想,实事求是的思想路线,紧跟时代发展的潮流,不断研究新情况,解决新问题,形成新认识,以新的实践经验推动体制创新、科技创新。

企业的创新要求企业思想政治工作要以机制转换与制度创新为契机,在改革实践中不断转变思想观念,坚持以经济效益为中心,立足与抓机遇、抢市场,走出一条前人没有走过的发展新路。企业党组织要在改革创新工作中始终保持奋发有为、开拓创新的精神状态,在狠抓落实上下功夫,力戒形式主义和官僚主义,切实转变工作作风,强化创新意识,着力培养干部职工的创新精神,努力营造创新进取的良好氛围。因此,广大政治工作者一定要摒弃官僚主义、形式主义、教条主义等不良作风,强化宗旨意识和公仆意识,在创新中起表率作用,自觉地继承和发扬党的优良作风,推进企业的现代化建设事业向前发展。

从抑郁症女孩自杀谈心理疏导

近期,抑郁症女孩网友“走饭”微博发自杀消息引发网友热议。虽然大量网友劝慰博主,但结果还是未能阻止悲剧发生。抑郁症其实是一种疾病,抑郁症患者的自杀念头,起源于恶劣心境下的绝望和自责,因为能很清楚地看清自己的缺陷,却没法去改变;想摆脱一种命运,却又感觉那是注定的,总之在一个怪圈里很失望很困扰。

网友“虔的矫情地”感叹“死很容易,活着很艰难”。抑郁症患者需要的是他人的爱和关怀,有网友即提倡:“大家伙在一起更加要懂得交流沟通,释放压力很重要,看到家人或是朋友有点不对劲的时候,要主动予以安慰或帮助!”笔者读后深受启发。

3月中旬,笔者跟随领导到莱钢集团、淄矿集团唐口煤矿进行学习考察,他们对心理疏导工作的重视和做法超乎我们的想象,功能齐全的心理健康帮助中心各种硬件设施一应俱全,心理咨询队伍初具规模。他们定期开展心理健康辅导讲座、全面普及心理健康知识,轮流实施全员减压,目

的就是普降“暖风细雨”、进行“心灵灌溉”,帮助员工提升自我身心健康意识以及应对心理问题的能力,降低压力水平,改善工作情绪,促进员工自我成长。

当今社会,是科技发达、知识更新、人才辈出的时代,随着社会的飞速发展、改革的不断深入,人们面临的心理压力越来越大。从社会大环境来讲,社会结构急剧变化,利益格局深刻调整,价值观念多元取向,人际关系复杂多变,都不可避免地给人们的心理带来影响。实际工作当中,面对安全的担忧、紧张的节奏、分配的差距、上下的关系、人员的升迁等等,人们的精神压力增大,心理问题日益突出。通过有效的心理疏导,缓解心理压力、化解心理矛盾、促进心理健康,可以使人心情舒畅地投身工作之中。

开展心理疏导,体现的是一种人文关怀。选择心理疏导方式本身就体现着人文关怀,心理疏导是实现人文关怀的一种手段。注重人文关怀和心理疏导有利于分清问题的性质,找准切入点,理清工作思路,提高工作的实

效性。

要大力普及心理科学和心理健康知识。普及心理科学知识,是搞好心理教育、培养职工良好心理素质的基础性工作。目前,不熟悉、不了解心理科学知识,不能正确认识和解释心理现象和问题,不善于运用科学方法解决心理问题,不能有效发挥干部职工的心理潜能等现象,带有一定的普遍性。因此,普及心理科学知识,已经成为搞好心理教育和疏导工作、培养职工良好心理素质的当务之急。

要培养造就一批高素质的心理教育骨干队伍,开展必要的心理咨询服务。心理教育和疏导工作需要一支素质过硬的心理教育骨干队伍。不但要努力提高这支队伍的思想政治素质、科学文化素质和心理素质,更要通过加强专业培养、培训力度,提高专业素质。通过开展心理咨询服务,缓解和消除求助者的心理问题和人格障碍,促进其心理健康、协调发展。

要营造有利于心理健康的良好氛围。积极健康、融洽和谐的内外环境,对提高职工控制和调节不良心理

的能力,巩固心理教育成果,做好心理疏导工作,具有非常重要的作用。可以开展读书创作、知识竞赛等“寓教于文”的活动,也可以开展歌咏赛诗、体育健身等“寓教于乐”的活动,还可以开展摄影书法、美术绘画等“寓教于美”的活动,以及结对帮扶、志愿服务等“寓教于行”的活动。优美、舒心的生活和人际环境本身就具有心理疏导作用。

总之,在风云变幻的市场竞争中,对于一个企业来讲,要实现又好又快发展,既需要资金、技术、市场、设备、人才等资源的保障,更需要强有力企业文化的支撑。而心理疏导作为企业共同价值观念的外化,其核心是在企业内部协调各方面关系,沟通情况,化解矛盾,鼓舞士气,增进感情,提高认同感,进而激发人的创造力、凝聚力、竞争力,达到构建和谐、稳定、健康的发展环境的目的,通过管人理事、用人成事,更好地留住人、凝聚人心,才能最大限度地提高竞争力、增强发展后劲。

(盛玉强)

浅谈我国消费者权益保护相关法律的现状和不足

□ 吴铜伦

随着社会化大生产在世界范围广泛的发展,消费者权益保护日益成为世界性引人注目的话题,而消费者权益在多大程度上能为国家的法制所保障则成为现代国家文明程度的标志之一。由于我国颁布制定《消费者权益保护法》是在从计划经济向市场经济转轨的初期,所以本身存在着不少亟待修改和完善之处。

建立政策式立法模式特点。我国《消费者权益保护法》所采取的立法模式是一般法律式,这种模式固然可以使权利义务关系具体,法律责任明确,但它不利于形成以基本法为核心的其他受制约的一系列直接的、间接的消费者保护法律法规为补充的有机法律体系。而这恰恰

是政策性立法模式的优点。由于政策式立法模式的特点在于它只是一般性地规定国家、地方团体和企业应当承担的任务和责任,它的目的就是为综合性地推进消费者保护及促进消费者利益政策的执行,这样,如配套法律跟不上或行政执法不力,则只能是满纸空言。所以政策式立法模式就必然要求在基本立法的指导下,迅速制定出符合其要求的许多单项消费者保护法律。

调动消费者打假积极性。《消费者权益保护法》由于适用范围的不确定,导致了实际操作中的争议。比如《消费者权益保护法》将消费者定义为“为生活消费需要购买、使用商品或接受服务,其权益受本法保护;本法未规定的,受其他法律法规保护”。这个定义首先“为生活消费需要”的

限定似乎过窄,如某商人为其办公室购买办公用品,他是不是消费者呢?以索取双倍赔偿为目的知假买假的“王海们”是不是消费者呢?尤其是后者引发了有关“王海现象”的争议。如果按《消费者权益保护法》的定义“王海们”买假并非为生活消费,应不属于《消费者权益保护法》保护范围,如果按当前现实,为调动广大消费者打假积极性,“王海们”又应当受《消费者权益保护法》保护,这显然是立法宗旨与法律条文之间的冲突。其次该定义未明确消费者是否包括单位。所以有人建议将其改为“任何购买商品的目的不是直接和他的贸易、商业、生产和职业有关的自然人”,笔者认为不无道理。

索赔消费者的直接责任。《消费者权益保护法》采用经营者这一概

念界定不清,因为按《消费者权益保护法》规定,经营者是为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务的,但生产者的含义是什么?销售者的范围又包括哪些?没有明确规定。这就给消费者依法索赔带来了不必要的麻烦。因为商品从生产者到消费者之间要经过诸多环节,涉及很多主体,到底谁应该对消费者负责,直接决定着消费者向谁提出索赔。因而,建议《消费者权益保护法》采用生产者、供应者、销售者的概念,并对此分别作出明确的界定。

消费者应提供事实证据。《消费者权益保护法》第49条应当作有利于消费者的修改,提高惩罚性损害赔偿的倍数,扩大适用范围,缓和适用条件。提高惩罚性损害赔偿的倍数,因为按目前49条之规定,消费

者对于经营者提供商品或服务有欺诈行为的仅能获得双倍的赔偿,而合同法第50条则规定行政罚款的数额为侵权行为人违法所得一倍以上五倍以下。消费者所得到认可的加倍赔偿与行政罚款的一至五倍形成了鲜明的反差,由此会造成消费者心理上的不平衡,从而对参与打假持消极麻木的态度。这表明我国仍然偏重于行政措施,而忽略侵权行为受害者(消费者)的切身利益,这正是法律的实施难以收到预期效果的原因之一。

扩大适用范围。因为按现行49条之规定,消费者仅能对经营者提供商品或服务的欺诈行为主张惩罚性损害赔偿,这就给那些并非欺诈而以恶意或因重大过失实施侵权行为的人网开一面,这又如何体现法

律对消费者权益的保护呢?如果将惩罚性损害赔偿的适用范围扩大到产品责任和不正当竞争领域的话,那么,对恶意制假者所给予的惩罚金额将更大,而他们的制假元气就会丧失殆尽。

缓和适用条件。因为按现行49条之规定,消费者必须证明经营者有欺诈行为。在实践中,经营者对于前来索赔的消费者总是百般刁难,设置种种障碍,例如要求消费者对欺诈的故意进行取证,要求消费者提供证明及其他事实的证据,而这对于本来已处于弱势的消费者有时显得极为不合理。因而要适当地缓和适用条件,免除消费者某些不适当的举证责任和实行举证责任倒置,从而真正把维护消费者合法权益落到实处。