

做好煤炭主辅分离企业思想政治工作的几个问题和重点

■ 佟笛

煤炭主辅分离企业思想政治工作存在的问题

内蒙古赤峰平煤投资公司成立于2008年7月,是根据国家对国有企业改革政策而从平庄煤业集团公司主辅分离的产物,隶属于赤峰市政府,目前是赤峰市最大的煤炭主辅分离服务型国有企业。公司主要职能是,解决平煤主业建企50年所有历史遗留问题,为百里矿区12万职工家属逐年改善生活条件和居住环境提供服务,为上万名离退休职工提供优质服务,保证老有所养、老有所乐、老有所为。古山分公司隶属于平煤投资公司,主要职责是负责管区内环境卫生的清扫和治理,矿区离退休职工、工伤职工、工病亡遗属的管理及城管监察、电视维修及收费、居民社区服务与管理等工作,存在着服务面积广、历史遗留问题多、居住人口复杂、矿区百姓诉求多等特点。

当今中国现在正处在经济转型的爬坡期,受全国经济形势影响,煤炭行业步入低谷期,国内一些煤炭企业出现限产、降薪、贷款开支、压缩成本保开支等情况。平煤投资公司古山分公司资金主要来源靠为矿区百姓服务,煤炭主业经济下滑,辅业资金势必受到影响。企业的思想政治工作面临新的挑战。

一是2008年建企之初,分公司近200名职工在心理上确实存在担忧,最主要是企业主辅分离后,担心原来国有企业性质变了,职工国有身份转为私营身份。目前平投古山分公司职工队伍存在的最大不稳定因素就是职工收入较煤炭主业偏低和企业能走多远。大家都认为,平煤与平投原来都属于一个单位,

平投职工为国家改革做出了奉献,收入应该与平煤主业一样。同时,平投属于非盈利费用服务单位,没有支柱产业,对企业发展前景充满担忧。

二是平投古山分公司职工队伍年龄偏大,平均年龄在50岁,据测算,再过10年,平投职工将全部退休,企业面临自消自灭状况。

三是平煤集团建企50年,历史遗留问题多,矿区后勤服务历史欠账多,矿区困难职工多,相应职工诉求多,特别是工伤残职工超出国家政策规定的额外诉求多,解决不好就会引起非访。

煤炭主辅分离企业思想政治工作应把握的几个重点

针对分公司职工队伍存在的问题,分公司党委、分公司结合实际,创新地采取开展职工大讲堂、进行心理解压、加强形势任务教育、知足常乐清贫不喊苦的价值观教育、走千户进万家大调研大走访、积极解决历史遗留问题等思想政治工作,保证了队伍稳定,各项工作步入正轨。

一是加强形势任务教育,发挥好思想政治工作解疑释惑、理顺情绪的作用。分公司多次召开干部大会、党员大会、职工代表会,并邀请投资公司主要领导主讲,权威、客观地回答了新成立的古山分公司企业性质是独资国有,企业职工身份依然是国有身份,并相应建立健全全分公司各基层单位和机关科室组织机构,明确工作职责,明确工作重点和任务,稳步推进各项工作。同时,针对主辅分离后职工收入偏低于主业的实际,及时对职工心理进行解压,开展了知足常乐清贫不喊苦的价值观念教育,提出古山分公司属于煤炭主业后勤服务部门,与煤炭主业工作性质、工作环境和

劳动强度完全不同,遵循按劳分配原则,收入适当拉开距离是合理合法的道理。这些有效的思想政治工作,消除了职工顾虑,理顺了情绪,保证了队伍稳定。

二是发挥好思想政治工作化解矛盾、协调关系作用,把保证主业安全生产稳定和矿区社会稳定作为企业第一责任来抓。建企之初,古山分公司每天接待在5人次以上,这里有历史遗留问题、合理诉求但没有及时解决、老问题但违反国家政策而无故缠访问题,严重影响了分公司正常工作。分公司创新信访工作思路,构建大信访工作格局。一是出台加强信访工作各项制度。出台《古山分公司信访工作制度》、《古山分公司处置异常上访工作应急预案》、《古山分公司信访工作目标化管理实施细则》、《古山分公司信访接待办法》等文件,进一步规范信访工作;二是构建全方位、立体化、广参与的信访渠道,形成党委负责总体抓、一把手亲自抓、分管领导对口抓、信访部门主动抓、基层单位层层抓、地企配合联手抓的“六抓”局面;三是分公司党委变被动接待为主动接待,变上访为下访,变缠访为领访。在工作机制上,建立健全接待、受理、反馈、报送制度,建立健全信访工作责任追究制度。在工作保证上,开展“主动大接待”,坚持政策底线、不激化矛盾、不上缴矛盾、突出人文关怀,带着感情做工作,按照政策做解释,耐心细致讲方法,全心全意解民忧。同时分公司在信访工作中针对不稳定因素特点,采取了不同方式方法解决。针对大集体职工、五七工、家属工、退休教师等群体上访问题,采取的方法是加强信访工作,按政策解释,积极向平投公司汇报、反馈,确立解决问题的时间表;针对弱势群体、特困职工遇到的实际困难,通过设立困难职工帮困扶贫基金、建立特殊时期、特殊因素、特困员工救助

办法、建立重要节日困难员工走访慰问制度去解决。针对离退休职工诉求,采取的方法是耐心解释、及时解决合理诉求,离管中心、信访部门建立信息沟通制度,及时掌握信息。针对工伤残职工额外诉求,采取的方法是守住国家政策底线,突出人文关怀,带着感情与他们交朋友,举全分公司之力帮助他们解决生活中遇到的实际困难,拉近心与心的距离。

三是发挥好思想政治工作以人为本、承诺践诺的作用,为矿区百姓和离退休职工提供诚信服务。为矿区百姓提供优质服务、诚信服务是古山分公司的主体工作。建企7年多来,每年都实施民心工程,7年来累计投入资金500多万元,具体涉及居民区路面硬化4万多平米,新修古山菜市场1800平米,新建古山健身广场1400平米及安装健身器材,改造古山医院东侧排水沟450米,改造及新建旱厕所17座,新修乒乓球场更衣室。修缮古山双退职工活动中心2000多平米,有线电视网络改造近1万米,新设铁皮垃圾箱10新建及改造垃圾箱43座,新增绿化面积2000多平米。修复居民楼与楼之间顺道100多平、100余米,新建经济适用房5栋,总建筑面积2.2万平方米,使得266户居民搬入新居。配合元宝山区政府,启动采煤沉陷区综合治理工程,分期安置古山矿区二井家属院、串窑住宅区等150余户居民搬入慧宁小区,居民告别了六七十年代的老平房,住进温暖明亮的新居。如今,古山矿区发生翻天覆地的变化,路整洁了,道平坦了,路灯明亮了,绿树成荫,花团锦簇,小区环境卫生达标,健身器材安装了,健身广场硬化了,百姓幸福指数提高了,古山分公司环境卫生也在2015年进入自治区级爱国卫生先进单位行列。

(作者为平煤投资公司古山分公司党委书记、总经理)

“煮蛙实验”的启示

■ 汤铮

有一则故事,说是有人将一只活蹦乱跳的青蛙投进热水锅里,青蛙猛然受刺激后会立即跳出水锅,幸免于难;如果把青蛙放在凉水锅里再慢慢加热,青蛙竟然会浮在水里毫无反应,直到无力逃生。这就是著名的“煮蛙实验”。

这个故事颇耐人寻味。为何那只青蛙一接触到热水锅时能够逃脱厄运,而在慢慢加热的冷水中就不能幸免呢?原因就在于其对所处环境变化觉察不够,仅仅满足于舒舒

服服的眼前环境,对未来的恶劣环境预料不足,以致于丧失了抵御外界恶劣环境的能力。

由此,我联想到我们的企业发展与周围环境的关系。对企业而言,良好的环境是其生存与发展的空间。可这个环境也是一个不断变化、变化的过程。面对竞争环境的不断变化,为有有的企业在市场竞争异常激烈的条件下从容应对,应变自如,获得勃勃生机,牢牢地站稳脚跟,而有的企业却举步维艰,甚至破产倒闭呢?究其原因,与“煮蛙实验”颇为相似。

一个企业能够发展,走向成功,原因是多方面的,但一个很重要的原因就是它们能够始终具有风险意识,面对瞬息万变的市场环境调整自己,能够适应“加热的水温”,积极应对,处危不惊,应变从容,从而摆脱危机。而有的企业却由于感觉麻木,抱残守缺,得过且过,最终由强变弱,残酷地被市场所淘汰。

在全球经济一体化、市场经济全球化、经济开放扩大化的今天,企业间的竞争日趋激烈。一个企业,如果缺少一种忧患意识和危机意识,缺少远虑近忧,对面临的危险认识不足、准备不足,势必最终导致失败。这就是“煮

蛙实验”给我们的深刻启示。

“企业最好的时候,也就是最危险的时候”。尤其是,在经济新常态下,全球性经济危机对我国经济平稳较快发展构成了严峻挑战。我们只有时刻保持清醒的头脑,时刻保持应有的忧患意识和危机感,不断强化发展意识,不断深化企业改革,外树形象,内抓管理,不断提高企业的整体素质和核心竞争力,做到居安思危,未雨绸缪,并始终掌握着竞争的主动权,企业才能保持蓬勃向上的发展势头,才能早日做强做大,进而实现持续与跨越式发展,创造新业绩,铸就永久的辉煌!

人生也需要厚积薄发

■ 汤铮

非洲草原上有一种尖毛草,在最初的半年内,只有一寸高,几乎是草原上最矮的草。但半年后,雨水来临,它能在三五天的时间内,长到一两米高。原来,在前六个月,尖毛草不是不长,而是一直在长根部,上面虽然只露出一寸,其根却能向下深扎二三十米,为最终的长高积蓄了足够的能量。一旦时机成熟,不但很快长高,而且根基也很牢固。这是植物的厚积薄发吧。

这和人生又何其相似!很多人的起跑线是相同的。有的人善于积蓄力量,通过持之以恒地学习,开阔视野,优化知识、技能结构。一旦时机成熟,便会脱颖而出,崭露头角。我的身边就有这么一个例子。一名劳务工,没有因为自己的身份就放松进取,而是在做好平时工作的同时,刻苦学习操作技能,终于在系统技能大赛中获得金奖,之后相继获得“青年岗位操作能手”等称号,并被转为正式合同制职工。这名员工的经历就很好地诠释了夯实基础对于个人发展的重要性。相反,也有的人,

平时不能静下心来下功夫提升自身的素质和能力,看到别人升迁或者取得成果,就觉得心理上不平衡,抱怨机遇不佳,却不去反思为什么机遇与自己擦肩而过,不去思考应该如何进行自我提升,最终只能是自怨自弃、无所作为。

机遇从来都是垂青那些有准备的人。只有注重平时积累,练就过硬的本领,才能在机遇来临时,为自己创造胜出的条件。因此,无论在什么岗位,应该消除心浮气躁的情绪,静下心来,集中精力干好自己的工作,多听、多

看、多学、多思考,在悄无声息中积蓄力量,不断夯实自身能力素质的基础,从而抢占制高点,抓住机遇、施展才华。

在悄无声息中积蓄力量,是韬光养晦、厚积薄发的过程。不能急功近利,要耐得住寂寞、吃得苦,坚持不懈地努力,练就高人一筹的本领,只有这样才能像非洲草原的尖毛草那样,既长得高又根基牢,显示出旺盛的生命力和勃勃生机。

(作者单位:河南新县高级中学)

浅析新形势下企业文化核心价值观建设

■ 聂丽华

党的十八大以来,我国步入了全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴中国梦的历史阶段。当前,社会处于大发展大变革的新时期,面对经济发展新常态背景下的新趋势、新特征,企业核心价值观的建设作为企业文化建设的内在灵魂要把握主动权,主动适应新形势新变化,积极吸取中华优秀传统文化精髓,充分展现时代精神和民族精神,深化内涵,增强活力,与时俱进提升企业文化软实力,使之真正成为企业核心竞争力的重要组成部分,促进企业可持续健康发展。

企业文化核心价值观是推进企业发展的源动力。众所周知,企业文化理论被誉为管理思想史上的一场深刻的革命,具有划时代的意义,自问世以来就风靡全球,建设优秀的企业文化成为众多企业走向成功的强大动力和保障。企业的核心价值观是企业文化建设中最重要的内容,是企业的精神支柱和精神动力,是企业员工共同信仰和坚守的强大意志和信念。企业文化核心价值观已成为企业可持续发展的内生力和推动力,成为企业核心竞争力的重要组成部分。没有强大的企业文化,没有卓越的企业核心价值观,再出色的企业经营战略也难以成功。

随着我国经济体制改革的不断深入,现代企业制度实施更加规范化,企业面貌发生了巨大变化,员工思想观念、价值取向日益多元化。积极开展企业文化核心价值观建设,正确把握企业核心价值观主导与员工多样化追求的关系,把员工个人追求融入企业长远发展之中,才能使员工的价值理念统一于企业的发展愿景与目标,促进企业和员工共同成长。

习近平总书记在中共中央政治局第十三次集体学习时的讲话中谈到:“核心价值观是文化软实力的灵魂、文化软实力建设的重点。这是决定文化性质和方向的最深层次要素。”当前,伴随着全面深化改革的进程,我国企业文化建设已随之进入新的阶段。在深化改革和新常态的时代背景下,无论是客观现实还是主观意识,都要求企业文化核心价值观的建设要适应新形势,迎接新挑战,不断融合创新,努力造就促进企业自身发展的核心价值观。通过企业文化核心价值观的建设,柔性的企业文化企业核心价值观与刚性的企业管理制度高度融合,从而带动企业经营管理水平与核心竞争力的提升,实现企业文化软实力在根本上的提升,为企业的科学发展提供强有力的文化支撑和精神动力。

充分把握融合社会主义核心价值观的时

代内涵与精神要求。任何一种价值观,都有其固有的根本。坚持和发展中国特色社会主义决定了企业文化核心价值观建设必须以社会主义核心价值观作为根本的指导思想和价值准则,必然融合社会主义核心价值观的内涵和精神,这是当前我国企业文化核心价值观建设的历史背景和时代要求。

习近平于2014年5月4日在同北京大学师生座谈会上的讲话中谈到:“人类社会发展的历史表明,对一个民族、一个国家来说,最持久、最深层的力量是全社会共同认可的核心价值观。核心价值观,承载着一个民族、一个国家的精神追求,体现着一个社会评判是非曲直的价值标准。古人说:大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善。核心价值观,其实就是一种德,既是个人的德,也是一种大德,就是国家的德、社会的德。国无德不兴,人无德不立。”同时他又谈到:“我们提出的社会主义核心价值观,把涉及国家、社会、公民的价值要求融为一体,既体现了社会主义本质要求,继承了中华优秀传统文化,也吸收了世界文明有益成果,体现了时代精神。”

社会主义核心价值观以人为本,把涉及国家、社会、公民三个层面的价值要求融为一体,在价值主体和价值目标上都是以人民群众的

根本利益为根本价值追求。社会主义核心价值观正确处理了“继往”和“开来”的关系、“守本”与“外来”的关系,既继承和弘扬中华优秀传统文化精华,又广泛借鉴世界文明成果,使社会主义核心价值观充分反映社会主义制度的本质属性和社会主义的价值追求。

在当今我国思想文化多元多样多变的情况下,提出社会主义核心价值观,将最大限度凝聚人们的共识,从而形成建设中国特色社会主义和实现中华民族伟大复兴的总动力。社会主义核心价值观为企业文化核心价值观建设明确了方向坐标,是企业文化核心价值观建设内涵与境界的必然参照,更有助于增强企业文化核心价值观的时代感、认同感和归属感。

积极借鉴传承中国传统文化的人文思想和道德规范。企业员工是企业文化核心价值观建设的主体,优秀的企业文化尤其需要有企业全体员工的积极参与、共同遵守和自觉贯彻。必须使企业的核心价值观与信念深深植于每个员工的心目中,形成他们的共识,变成他们的共同信仰,从而自觉地把自身利益和企业的整体利益联结在一起。在这些方面,借鉴中华优秀传统文化,企业文化核心价值观建设会从中收获诸多教益。

中国传统文化以儒家体系为主干,同时又

从专业展会看市场营销

■ 杨海军

展会年年办,展商年年展,演绎戏常有,破局有些难。

人们总羡慕那些大腕、大款、大官、大老板,总之对一个大字趋之若鶩推崇之至,这种骨子里原有的东西我们称之欲望。大家追求幸福追求升官发财没错,错的是这种欲望之火过于炙热。凡事都有个度,过可就没有任何意义,反之会适得其反。如现在社会上人们对韩国明星十分崇拜,对韩国美容十分推崇。这种现象称之为韩国风,韩国人感谢我们给他们的经济带来了活力。回归理性,再高大上的东西也要落地,再大的明星也要亲民。悬在空中的是太阳和月亮,普通人无法触摸到,幻想总是美好现实总是残酷。以此比喻各类展会,展会是不是一个金色的维也纳大厅,各位展商是不是专业演员,在这个大厅的舞台上,你方唱罢我登台。无论你是演技超群,还是技艺精湛,最终回到现实就是想要一个什么样的结果,再华丽的演出也是为了盈利,也怕没有观众问津,道理都是如此,等于白忙活一通伤心的是自己。

在展会上我发现一个问题,当专业观众走到任何展台前,站台的服务人员都和颜悦色。但当问到与其销售无关的内容时,服务人员脸色会一下子晴转多云,有甚者还会雷阵雨,说对不起,这件事情我不负责我会转达给相关负责人的。什么年代了,我的销售大侠们,你这种言语伤害的岂止是潜在客户的心,也对你所在公司品牌和形象抹上了黑黑一笔,观其外知其内,你这一举动无疑对外说和我无关的少来骚扰我,我们是做销售的没时间和你罗嗦无关紧要的琐事。要知道现在是互联网时代,做事做人都必须用互联网思维来考虑来运作。互联网思维就是和事件本身有着千丝万缕关联的相关事物,而不是仅仅单纯的某一件事。

营销人员连基本的应有素质都没有,还谈什么营销?更谈不上创新。营销的关键点是在赢上面做文章,你不懂得消费者心理,你不懂得客户真实意图。还谈什么营销?牛哄哄地对潜在客户视而不见,冷冰冰地没有一点温度更谈不上热度。你不拿消费者当回事,消费者也不拿你当盘菜。金杯银杯不如客户的口碑,假如说你的采购商老二要借助此次展会做微服私访,你说后果会咋样?你就等着哭吧。

在聊起同行发展事宜上,各企业发言不一,往往在不经意之间透露出一个人的修为和涵养,另一方面也折射出营销人员所在企业文化的好坏。有些人对同行恨之入骨,只要一提起同行就会气愤填膺火冒三丈。用歧视、霸道、诽谤、恶语对同行说三道四出言不逊,这种口无遮拦的方式不仅伤害了同行也伤害了自己。你这样做,目的很清晰,无非就是让客户购买你的产品。客户会如何考虑?会买你的账吗?你人品不咋样,产品还好到哪里吗?路遥知马力日久见人心,时间久了人心是善是恶,真是假自然会见分晓了。而有的人对同行大加赞赏,对自身发展十分谦虚。认为自己做的不如同行好,要弯下身子虚心向同行学习。更难得的是在自己产品技术不如同行时候,会站在客户角度考虑问题建议选择与客户产品更为匹配的同行作为选择对象。这种大无畏的观念没有一丝狭隘的自私,完全站在客户角度考虑。看是自己是失败者,其实自己已经是最成功的英雄了。行业内口碑好,同行之间礼尚往来更会对其人品赞赏有加。不仅没有成为冤家对头,而且能化敌为友,双方能相互促进相互帮助相互进步。

兼容道、法、墨等诸子百家之长。儒家文化是中国传统文化的核心,仁学是儒学的核心思想,“仁”是儒家思想中的最高理想和核心价值范畴,是儒家道德规范的最高准则。注重“人”与“人际关系”,强调人的作用,是一种以人为本的人文价值观。儒家仁学的核心是“修己”与“安人”,即安人必先修己,诚以待人,和以待人,尊重人,爱护人,礼待人,以德服人,重视人的价值和主观能动性等人。人们要正身、自律,以礼待人,这都是企业文化核心价值观建设所要求的道德、行为准则相吻合。

建设优秀的企业文化核心价值观,必须深刻地理解人性,这是企业文化核心价值观建设获得成功的重要前提条件。中国传统文化包含强烈的人文精神。儒家强调自身修养的重要性,主张“守礼”“内省”,注重修身中主观能动性的发挥。儒家内省观的又一条基本原则是发现人才和量才适用,体现在企业文化核心价值观中就是要信任员工,尊重员工,让员工能以主人翁的姿态参与管理,对人才不拘一格,知人善任,使人才各尽其能,各展所长。正如松下幸之助的名言:“让想做的人去做”,充分体现了儒家思想的精髓。

(作者单位:赤峰富龙公用(集团)有限责任公司党委)