

强队伍 助转型 促发展

——浅议新形势下加强国企党建工作

淮北汽运公司党委隶属于淮北市交通运输局党委,下设14个基层党支部,共有在职党员190名。近年来,在市委市政府和上级党委的坚强领导下,汽运公司党委围绕做优做大做强淮北汽运这一目标,以“强队伍、助转型、促发展”为主基调,积极探索推行“1463”(一个中心、四个平台、六项机制、三个促进)党建工作新模式,不断强化党对国有企业的领导,使基层党组织成为带领企业发展的主心骨、主阵地和主力军,企业党建和生产经营相得益彰、硕果累累。市客运中心站“艳艳服务班”荣获“全国工人先锋号”班组,被中宣部授予“全国学雷锋活动示范点”称号。

围绕“一个中心”,做优做大做强淮北汽运

公司党委树立“围绕中心抓党建,抓好党建促发展”理念,突出“党建工作为生产经营建功立业”这一主题,以党建工作凝聚力量,引领广大党员敢为人先、实干在先、创新争先。受疫情和经济形势影响,群众出行方式变化较大,加上高铁、私家车、网约车等因素影响,汽运公司客流下降明显。经实地调研,公司党委创造性提出“三转两保一应用”发展思路。“三转”是指由传统运输业向物流服务业转型,推动小件快运业务发展;向班线定制化转型,推动运游结合产业延伸;向需求个性化转型,推动汽车租赁业务发展。“两保”是指强化客运业务稳固发展,转变发展模式,做优存量、拓展增量,保业务量不大幅下滑,保利润额稳步增长。“一应用”是指通过门户网站、微信平台建设,应用大数据、“互联网+”技术,为公司业务发展和优质服务提供支撑。

搭建“四个平台”,营造风清气正的干事创业氛围

一是搭建灵活多样的党建教育平台。根据单位点多面广、岗位分散等实际情况,公司党委成员深入基层讲党课,支部书记交流讲党课,优秀共产党员深入一线讲党课,在公交首末站场、路训场地组织党员学习,送学进车厢、进班组,在网站、微信和内刊开通学习教育专栏,设立支部微信群,将支部建在网上、党员连在线上,有效解决用工矛盾。

二是搭建充满活力的党群共建

平台。工会在党委的领导下,扎实开展劳动保护、职工培训、帮扶救助等,丰富职工文体生活。指导团委开展“青年文明号”创建活动和青年志愿服务活动,汽运驾校教练队和市客运中心站“艳艳服务班”荣获全省“青年文明号”,妇委会组织女工开展岗位立功、岗位成才活动,扮靓了窗口行业形象。

三是搭建激励进取的人才成长平台。党委在选人用人方面严格按照民主推荐、人事部门考察、党委讨论决定等程序,从德、能、勤、绩、廉方面严格把关选拔任用干部,为公司发展营造风清气正的干事创业氛围,充分发挥党组织的政治核心和战斗堡垒作用。

四是搭建凝心聚力的和谐发展平台。为推动公司转型发展,党委群策群力,凝聚全员智慧,在公司开展座谈讨论活动,充分组织利用“三会一课”和民主评议党员机制,引导青年职工向党组织靠拢,形成“把生产经营骨干培养成党员,把党员培养成生产经营骨干”的良性发展氛围。

完善“六项机制”,确保党建工作扎实有效开展

一是畅通工作运行机制。履行党风廉政建设主体责任和监督责任,将党建工作纳入综合考核体系,考核结果作为选拔任用干部的依据。采取听取汇报、民主测评、个别谈话等形式,开展民主评议活动,推动党建工作与生产经营深度融合,把党建工作成效转化为企业发展优势。

二是基本工作保障机制。把党建工作写入公司章程,设立综合性党务工作部门,基层支部设专职党支部书记,落实“一岗双责”。各支部建立党员活动室,配齐政工干事(享受班组长待遇),保证活动经费,党建工作得到有效保障。

三是党建联系点责任机制。党委班子成员根据分工,确定一个基层支部作为党建工作联系点,深入了解联系点内党员、干部、群众的思想和工作情况,参与基层支部组织生活,指导基层党建工作,解决生产经营难题。

四是廉洁从业承诺机制。党委落实党风廉政建设主体责任,一体推进“不能腐、不敢腐、不想腐”,深入推进全面从严治党,锲而不舍抓作风建设,组织党员干部和关键岗位人员到市警示教育中心开展廉洁

从业教育,提高拒腐防变能力,引领干部职工廉洁从业,不越底线、不触红线。

五是党员亮身份示范机制。为进一步增强党性观念和党员意识,发挥党员模范带头作用,在窗口单位设立“党员示范岗”,在长途班线设立“党员示范车”、县汽车站设立“党员服务车”,引领党员带头提升服务水平,争建群众满意窗口、争做服务标兵,在公司转型发展中建功立业。

六是党员志愿者服务机制。以“奉献、友爱、互助、进步”为宗旨,引领党员开展志愿服务,积极参与全国文明城市创建,党员志愿者深入汽车站、公交站台清扫垃圾,开展志愿服务活动,维护乘车秩序,宣传交通法规,劝阻不文明行为,成为相城一道亮丽的风景线。

实现“三个促进”,不断提升党组织凝聚力

一是促进企业转型发展。随着高铁网络的日渐发达,旅客对日常出行便捷性、舒适性的要求越来越高,指尖上的出行日趋常态化。汽运公司提出运输定制化、车型多样化、服务个性化、业务市场化的发展思路,实现客运联网售票、自助售票,在线公交、网上预约学驾等,服务方式更加便捷。

二是促进服务质量提升。公司以素质和能力建设为重点,引导员工立足本职岗位苦练技能,勇于创新、建功立业,掀起比、学、赶、帮、超热潮,推行星级驾驶员、星级公交线路“双星”考评,着力打造相城“流动会客厅”。

三是促进企业文化建设。以“一刊两平台”为载体,弘扬和践行社会主义核心价值观,展示汽运职工凝心聚力、团结奋进、开拓进取、担当有为的精神风貌。充分利用“淮北汽运”微信平台,推介定制班线,开展网上购票、在线公交、预约学驾等服务。

淮北汽运公司在党建工作实践中总结出的“1463”工作模式,做到了生产经营需在哪里“用力”,党建工作就在哪里“加油”,对增进团结互信,打造团队精神,提升企业凝聚力和向心力发挥了重要的作用,走出了一条以党建工作引领企业发展的新途径。

淮北市交通运输综合行政执法支队 张秀丽

关于塑造具有医院特质文化品牌的探索

医院文化是医院作为一个特殊的社会组织,在社会文化和现代意识下形成的具有医院特点的一种群体文化。优秀的医院文化,不仅能让员工产生深刻的归属感,更重要的是能够赢得患者充分信任,不断推动医院健康可持续发展,获取向上向善的动能。2018年以来,淮北市人民医院创立了“医路有爱”文化建设品牌,在医院文化品牌建设方面作了积极的探索。

一、医院文化品牌建设的现状

当前,医院文化建设的重要性不言而喻,也引起了医院管理者的高度重视,文化品牌建设应运而生。但是文化品牌建设存在的短板不容忽视。当前,有些医院在文化品牌建设中,各家医院文化品牌建设水平参差不齐,存在急于求成、急功近利的思想,有些医院在文化品牌塑造的过程中缺乏战略思维,只是期望通过快速打造品牌,扩大医院的影响力,没有考虑到文化品牌的延续性,导致一些医院的文化品牌建设流于形式,缺乏生命力。鉴于此,淮北市人民医院结合医院文化建设缺乏品牌化推进,文化活动缺乏整体谋划的短板,确立了“医路有爱”文化建设品牌,并组织实

的精神特色和历史沉淀,并从时代的变迁中不断汲取有利营养,释放医院文化的传承性和延展性,始终保持医院持续健康发展的旺盛生命力。

二、医院文化品牌建设的维度

医院文化品牌建设的维度,每家医院各不相同,就像一千个读者眼中有一千个哈姆雷特一样,每家医院的文化品牌都应该有自己的发展烙印和历史印记。淮北市人民医院“医路有爱”文化建设品牌,主要涵盖“心灵驿站”“人医‘悦’读”“人医‘故事会’”和“健康加油站”四个维度,通过不同层面、不同角度开展人文关怀,构建具有人医特色的文化建设品牌,力求在文化的传承中,传递医疗温度,涵养医者情怀,打造医院的精神名片。

1. 品牌建设维度之“心灵驿站”,通过开展心理疏导、心理关爱,减轻医护员工压力,增强职业归属感,帮助患者克服紧张和恐惧,提高心理舒适度。

针对员工,医院定期邀请心理学专家来院,开展心理培训、亲子教育沙龙、团体心理辅导、减压课程等项目,帮助医护员工舒缓心情,放松身心。针对患者,医院开展叙事护理活动,根据生命周期,围绕“生命伊始的相遇”“成长途中的相伴”“流金岁月的相依”“桑榆到晚的相守”和“临别之际的相送”5个主题,针对不同年龄阶段的患者开展心理护理,关爱患者的心理健康。

2. 品牌建设维度之人医“悦”读,通过创新学习模式,让学习成为员工的习惯,让文化氤氲医院的每个角落。开展“读书沙龙”活动,培养职工爱读书、读好书的行为习惯,锻炼职工持续学习、努力进步的能力,引导职工树立爱党、爱院、爱岗的人生观和价值观,让阅读成为传递医院文化的纽带,在品味经典、探索新知、交流思想的过程中,涵养医护员工敬业爱岗的“工匠”精神。开展“学习达人”挑战赛,激发全院医护员工学习热情,引导大家主动学、深入学、持久学,真正使学习强国平台成为大家工作生活的理论宝库和强魄铸魂的精神家园。

3. 品牌建设维度之人医“故事会”,通过对发生在医院医护员工、患者之间的感人故事进行深度挖掘,塑造医院自己的典型。医院设立“医声医事”“人医善举”“感动瞬间”3个主题,让医护员工、患者走上讲台讲述自己的故事,释放文化无形的力量,让身边的典型成为医院职工的精神标杆。

4. 品牌建设维度之健康“加油站”,通过特色品牌活动的开展,普及健康生活理念,全方位、全周期保障医护员工和患者的健康。组建职工文化艺术团,常态化开展文艺活动,努力创造与传播引领医护员工为医院发展建功立业的优秀文化内容,弘扬医院正能量,丰富职工的精神文化生活,展示其良好的精神风貌。

三、医院文化品牌建设的维度

通过“医路有爱”文化品牌的塑造,目前医院文化建设氛围日渐浓厚。各支部先后确立了医技支部的“药”您健康“营养巴士”“九心团队”,门诊支部的“三优一创”,儿科的“爱心加油站”,检验科的“朗读者”,消化内科的“团队文化”等一批创新案例。随着品牌创建工作深入开展,医院干部职工的精神面貌焕然一新,团结奋进、恪尽职守、精益求精、甘于奉献、严以律己的工作作风已然形成。近两年来,医院有5名专家入选安徽省“江淮名医”,10名专家入选“淮北市高层次人才培养计划”,12人获得淮北市高层次人才储备金,8名专家被聘为徐州医科大学硕士生导师。医院的好人好事多了,短短的一年时间医院多名职工先后荣膺“中国好人”“安徽好人”“淮北好人”等称号。

四、医院文化品牌建设的初步成效

通过“医路有爱”文化品牌的塑造,目前医院文化建设氛围日渐浓厚。各支部先后确立了医技支部的“药”您健康“营养巴士”“九心团队”,门诊支部的“三优一创”,儿科的“爱心加油站”,检验科的“朗读者”,消化内科的“团队文化”等一批创新案例。随着品牌创建工作深入开展,医院干部职工的精神面貌焕然一新,团结奋进、恪尽职守、精益求精、甘于奉献、严以律己的工作作风已然形成。近两年来,医院有5名专家入选安徽省“江淮名医”,10名专家入选“淮北市高层次人才培养计划”,12人获得淮北市高层次人才储备金,8名专家被聘为徐州医科大学硕士生导师。医院的好人好事多了,短短的一年时间医院多名职工先后荣膺“中国好人”“安徽好人”“淮北好人”等称号。

五、医院文化品牌建设的思考

医院文化品牌建设需要结合医院的历史沿革、发展阶段、文化特质等要素紧密结合起来,依赖于文化建设目标是否明确和切实可行。在创建的过程中,要避免简单模仿、盲目求快、短期见效等误区,要贴合医院发展实际,紧扣医院长期沉淀的精神特质,设计品牌建设的内容,通过开展具有内涵的各类活动,不断塑造具有较高识别度、区分度的品牌文化,培育可以世代相传的精神文化,最终定格为渗透着医院核心价值的文化坐标。

淮北市人民医院宣传文化科 苏颖

